

## BAB 5

### SIMPULAN

#### 5.1. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Variabel *Shopping Attitude* berpengaruh positif terhadap sikap konsumen pada toko saat mengalami situasi *stockout*. Hal ini juga mendukung pernyataan pada hipotesis pertama.
2. Variabel *Shopping Frequency* berpengaruh positif terhadap sikap konsumen pada toko saat mengalami situasi *stockout*. Hal ini juga mendukung pernyataan pada hipotesis kedua.
3. Variabel *Brand Loyalty* berpengaruh positif terhadap sikap konsumen pada toko saat mengalami situasi *stockout*. Hal ini juga mendukung pernyataan pada hipotesis ketiga.
4. Variabel *Store Loyalty* berpengaruh positif terhadap sikap konsumen pada toko saat mengalami situasi *stockout*. Hal ini juga mendukung pernyataan pada hipotesis keempat.
5. Variabel *Perceived Store Price* berpengaruh positif terhadap sikap konsumen pada toko saat mengalami situasi *stockout*. Hal ini juga mendukung pernyataan pada hipotesis kelima.
6. Variabel *Store Distance* berpengaruh positif terhadap sikap konsumen pada toko saat mengalami situasi

*stockout*. Hal ini juga mendukung pernyataan pada hipotesis keenam.

## 5.2 Keterbatasan

Penelitian ini mencakup ruang lingkup yang terlalu luas dengan menggunakan seluruh produk yang dijual.

Karena adanya keterbatasan tersebut, maka agenda untuk penelitian mendatang adalah dengan menggunakan ruang lingkup yang lebih spesifik, contohnya langsung berpusat pada *private brand* Indomaret.

## 5.3 Saran

Berdasarkan simpulan dari hasil penelitian ini, dapat dikemukakan beberapa saran sebagai berikut :

### 5.3.1. Saran Akademik

Penelitian ini nantinya dapat digunakan sebagai referensi bagi penelitian selanjutnya dalam melakukan penelitian yang sejenis atau sama atau dijadikan sebagai acuan yang mendukung penelitiannya bahkan dapat dijadikan penelitian lebih lanjut terkhusus mengenai konsep atau teori yang mendukung pengetahuan manajemen ritel. Khususnya untuk menangani sikap konsumen terhadap toko pada saat situasi *stockout*.

### 5.3.2. Saran Praktis

Bagi para pengelola toko yang ingin mendapatkan kepercayaan pelanggan disarankan untuk memperhatikan *Shopping attitude* ( $X_1$ ) karena sikap berbelanja sangat mempengaruhi perilaku berbelanja konsumen pada saat terjadi *stock out*. *Shopping Frequency* ( $X_2$ ) karena semakin sering konsumen berbelanja di toko tersebut maka dapat mempengaruhi frekuensi berbelanja konsumen pada saat terjadi *stockout*, *Brand loyalty* ( $X_3$ ) karena semakin loyal konsumen terhadap

merek maka akan mempengaruhi sikap loyalitas konsumen tersebut pada saat terjadi *stockout*, *Store Loyalty* ( $X_4$ ) karena semakin loyal konsumen terhadap toko maka akan mempengaruhi sikap loyalitas konsumen tersebut pada toko saat terjadi *stockout*, *Perceived Store Price* ( $X_5$ ) karena harga yang murah dapat meningkatkan sikap konsumen terhadap toko pada saat situasi *stockout* dan *Store Distance* ( $X_6$ ) karena jarak toko dengan tempat tinggal konsumen akan berdampak pada saat terjadi *stockout*.

## DAFTAR KEPUSTAKAAN

- Ahmad,M.,2005,*Meraih Loyalitas Pelanggan*,Jakarta:Balai Pustaka.
- Anief ,2008,*Ilmu Meracik Obat*, Yogyakarta: UGM Press.
- Armstrong,M.,1991,*Personnel Management Practice*, 4<sup>th</sup> Edition, Kogan Page limited london.
- Arnold,R.N., E.J. Hentgesdan dan A.Trenkle,1983,Evaluation of the use of deuterium oxide dilution techniques for determination of body composition of beef steers,*Journal of Anim,Sci.* 60:1188.
- Assael, H., 2001,*Consumer Behavior and Marketing Action*, 6<sup>th</sup> Edition, New York: Thomson Learning.
- Babin, Barry J., William R. Darden and Mitch Griffin. 1994, "Work and/or Fun: Measuring Hedonic and Utilitarian Shopping Value",*Journal Of Consumer Research*,20:644-656
- Basu Swasta, DH. Manajemen Barang dalam Pemasaran, Cetakan IV. Yogyakarta: Penerbit BPFE, 1990.
- Beatty, S.E. and M.E.Ferrel,1998,Impulse buying: modeling its precursors'', *Journal ofRetailing*, Vol. 74 No. 2, pp. 169-91.
- Bell, D.R. and J.M. Lattin,1998, "Shopping behavior and consumer preference for store priceformat: why "large basket" shoppers prefer EDLP?'," *Journal of Marketing Science*, Vol. 17 No. 1,pp. 66-88.
- Bloemer and Ruyter, 1998, on the relationship between Store Image, Store Satisfaction,and Store Loyalty, *European Journal of Marketing*, Vol.32 No.5/6.pp.499-513.
- Bolton, R., and J. Drew,1994,"*Linking customer satisfaction to service operations and outcomes*", in Rust, R.T. and Oliver, R.L. Eds, *Service Quality*, Sage,CA:Thousand Oaks.
- Campo, K., E.L.S. Gijsbrechts and P.Nisol,2000,"Towards understating consumer response to stockouts", *Journal of Retailing*, Vol. 76 No. 2, pp. 219-42.

Caruana, Albert, 2000, The Effects of Service Quality and the Mediating Role of Customer Satisfaction dalam European, *Journal of Marketing* Vol. 36 No. 7/8. hlm. 811-828, Bingley, UK: Emerald Group Publishing Limited.

Chen, W., Oueda, dan T. Sumi, 2005, A Study On A Shopping Frequency Model With The Consideration Of Individual Difference, *Journal of the Eastern Asia Society for Transportation Studies*, Vol. 5, pp 1132-1134.

Christina Whidya Utami, 2006, *Manajemen Ritel*, Jakarta : Salemba Empat.

Dharmmesta, B.S., 1999, *loyalitas Pelanggan*.

Donovan, Josephine, 1994, *Feminist Theory*, New York: Continuum.

Durianto, Sugiarto, Sitinjak, T. 2001, Strategi Menaklukan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek, PT Gramedia Pusaka Utama, Jakarta

Emmelhainz, M.A., Stock, J.R. and Emmelhainz, L.W. (1991), “Consumer responses to retail stockouts”, *Journal of Retailing Summer*, Vol. 67 No. 2, pp. 138-48.

Engel, James F., et.al, 1994, *Consumer Behavior*, Jilid 1, Jakarta: Erlangga,

Engle, J. F., R. D. Blackwell, and P. W. Miniard, 1995. *Consumer Behavior*, 8<sup>th</sup> edition, Orlando: The Dryden Press.

Erlina, Sri Mulyani, 2007, *Metodologi Penelitian Bisnis : Untuk Akuntansi dan Manajemen*, Cetakan Pertama, USU Press, Medan.

Fandy Tjiptono, 2004. *Manajemen Jasa*, Yogyakarta: Andi.

Fandy, Tjiptono dan Gregorius Chandra, 2005, *Service, Quality Satisfaction*, Yogyakarta: Andi.

Ferdinand, A., 2006, *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian Untuk Penulisan Skripsi, Tesis dan Disertasi Ilmu Manajemen*, Edisi Ke 2, Semarang: Universitas Diponegoro.

- Fishbein, M., 1967, *Attitude And The Prediction Of Behavior*, Readings in attitude theory and measurement, pp. 477-492, New York, NY: Wiley.
- Fitzsimons, G.J., 2000, "Consumer response to stockouts", *Journal of Consumer Research*, Vol. 27 No. 2, pp. 249-66.
- Frankel, J., and N. Wallen, 1993. *How to Design and evaluate research in education*, 2<sup>th</sup> edition, New York: McGraw-Hill Inc.
- Gardner, M., 1985, "Mood states and consumer behavior: a critical review", *Journal of Consumer Research*, Vol. 12, December, pp. 281-300.
- Gazali M, Tambing SN. 2002. Kriopreservasi sel spermatozoa. *Hayati* 9 (1): 27-32.
- Ghozali, I., 2001, *Analisis Multivariate dengan program SPSS*. Edisi ke 2. Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I., 2005, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan SPSS*, Edisi ke 3, Semarang: Universitas Diponegoro.
- Griffin, Jill, 2003, *Customer Loyalty Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*, Jakarta: Erlangga.
- Gruen, Thomas W., Corsten, Daniel and Bharadwai, Sundar, 2002, *Retail Out of Stocks: A Worldwide Examination of Extent, Causes, and Consumer Responses*, Washington, D.C.: Grocery Manufacturers of America.
- Gujarati, D.N., 2003, *Basic Econometrics*, 4<sup>th</sup> edition, New York: McGraw Hill.
- Harini, 2008. *Makroekonomi Pengantar*, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Hoyer, W.D., 1984, "An examination of consumer decision making for a common repeat purchase product", *Journal of Consumer Research*, Vol. 11 No. 3, pp. 822-31.
- Indrajit, Richardus Eko dan Djokopranoto, 2003, *Konsep Manajemen Supply Chain : Strategi Mengelola Manajemen Rantai Pasokan Bagi*

*Perusahaan Modern di Indonesia*, Jakarta:PT Gramedia Widiasarana Indonesia.

James, dkk.,1995, The effects of customer service on consumer complaining behavior, *Journal of Services Marketing*, vol 9 , no.4 , PP. 31-42.

Jaya Negara, Danes, 2002, “*The Relationship between Shopping Environment and Shopping Behavior: An Approach to Structural Equation Modelling.*” Sinrem I, 29 Juni: 305.

Kotler, Philip, 2002, *Manajemen Pemasaran*, edisi millennium, jilid1,Jakarta:PT. Prenhalindo.

Kotler, Philip, 2005,Manajemen Pemasaran, Edisi ke 11, Jilid 1, Jilid 2, Jakarta:Indeks.

Kotler, Philip, 2009, *Manajemen Pemasaran* , Jakarta : Erlangga.

Kotler, Philip and Gary, Armstrong,1994,*Principles of Marketing*, 6th ed.Englewood Cliffs, N.J : Prentice Hall International, Inc.

Kotler, Philip and Gary, Armstrong,2012,*Principles of Marketing*. New Jersey: Prentice-Hall, Inc.

Kotler, Philip, dan A.B. Susanto,2001,*Manajemen Pemasaran di Indonesia, Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*, Edisi Pertama, Jilid 2, Jakarta:Penerbit Salemba Empat.

Lamb, dkk., 2001. *Buku Pemasaran 1*.Jakarta:Salemba Empat.

Lichtenstein, D.R., S. Burton and R.G. Netemeyer, 1997, “An examination of deal proneness across sales promotion types: a consumer segmentation perspective”,*Journal of Retailing*,Vol. 73 No. 2, pp. 283-97.

Loudon, D.L.and A.L. Della Bitta,1993,*Consumer Behaviour: Concepts and Application*, 4<sup>th</sup> edition, Singapore.

Lupiyoadi, Rambat, 2001, *Jasa Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Salemba Empat.

- Malhotra, N. K., M. Peterson dan S.B. Kleiser, 2005, Marketing Research : A State-of-the-art Review and Directions for the Twenty-first Century, *Journal of the Academy of Marketing Science*, Vol. 27: 160-183.
- Mowen, John,C., dan Minor, M.,2002, *Perilaku Konsumen*, Jilid 1, Edisi Kelima, Jakarta:Erlangga.
- Nagle, Thomas T. and John Hogan, 2006, *The Strategic dan Tactics of Pricing: A Guide to Growing More Profitably*, 4<sup>th</sup> edition, Upper Saddle River, NJ :Pearson/Prentice Hall.
- Ng, C.F.,2003,“Satisfying shoppers’psychological needs: from public market to cyber-mall”, *Journal of Environmental Psychology*,Vol. 23, pp. 439-55.
- Oliver, R.L.,1997, *Satisfaction A Behavioral Prespective on the Consumer*, New York:McGraw-Hill Co. Inc.
- Pawitra T.,2005,*Redefinisi Marketing, Prasetya Mulya Management Research Series*, ReportNo.001, June.
- Pepadri Ismail,2002, Pricing Is The Moment Of Truth, ON-LINE, <http://www.usahawan.com/file210-XXXI-Oktober-2002.pdf>, 16Agustus 2005.
- Peter, P.J. and Jerry C. Olson, 2002,*Consumer Behavior and Marketing strategy*, 6<sup>th</sup>Edition, International Edition, New York: Mc Graw Hill.
- Prasetijo, Ristiyanti dan John J.O.I Ihalauw,2005,*Perilaku Konsumen*, Yogyakarta:Andi.
- Rangkuti,Freddy,2004,*Manajemen Persediaan Aplikasi Di Bidang Bisnis*, Jakarta : PT Raja Grafindo Persada.
- Rani, L. dan Velayudhan,S.K.,2008, Understanding consumer’s attitude towards retail store in stockout situations, *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*,Vol. 20 No. 3,pp. 259-275.
- Schiffman, Leon G., Leslie Lazar Kanuk, 2000, *Consumer Behavior*, 7<sup>th</sup>Edition , Prentice Hall.



- Schiffman, Leon dan Leslie Lazar Kanuk, 2004, "*Perilaku Konsumen*", Edisi Ke 7, Jakarta: PT. Indeks.
- Setiadi, J.N., 2003, *Perilaku konsumen : konsep dan implikasi untuk strategi penelitian pemasaran*, edisi pertama, kencana prena media.
- Sheth, Jagdish N., dan Mittal, Banwari, 2004, *Customer Behaviour: A Managerial Perspective*.
- Simamora, B., 2003, *Panduan Riset Perilaku Konsumen*, Jakarta: PT. ramedia Pustaka Utama.
- Sloot, Laurens M., Peter C., Verhoef and Philip H. Franses, 2005, The impact of brand equity and the hedonic level of products on consumer stock-out reactions," *Journal of Retailing*, 81(1): 15-34.
- Stanton, J.W., 1989. *Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Sugiyono, 2003, *Metode Penelitian Bisnis*, Bandung : Alfabeta.
- Supranto, 2000, *Statistik: Teori & Aplikasi*, Edisi 6, Jilid 1, Jakarta: Erlangga.
- Sutisna, 2001, *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*, Jakarta: PT Remaja Rosdakarya.
- Swasta, Basu dan Irawan, 2003, *Manajemen Pemasaran Modern*, Yogyakarta: Liberty.
- Swasta, Basu dan T Hani Handoko, 2000, *Manajemen Pemasaran: Analisa dan Perilaku Konsumen*, Yogyakarta: BPFE.
- Tjiptono, Fandy, 2000, *Strategi Pemasaran*, Yogyakarta: Andi Offset.
- Triyono, Sigit, 2006, *Sukses Terpadu Bisnis Ritel*, Jakarta : PT. Elex Media Komputindo.
- Voss, J. F., J. Wiley and J. Kennet, 1998, Student perceptions of history and historical concepts In J. F. Voss, & M. Carretero Eds, Learning and reasoning in history, *Journal of International review of history education*, Vol. 2, pp. 307–330, London: Woburn.

Zinn, W. and P.C.Liu, 2001, “Consumer response to retail stockouts”, *Journal of Business Logistics*, Vol. 22 No. 1, pp. 49-71.