

BAB 5

SIMPULAN DAN SARAN

5.1. SIMPULAN

Dari hasil pengujian hipotesis dan pembahasan, maka kesimpulan yang dapat dijelaskan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Atribut supermarket berpengaruh positif dan signifikan terhadap motif belanja hedonik. Dengan demikian hipotesis 1 “Atribut supermarket berpengaruh positif terhadap motif belanja hedonik konsumen Carrefour di Surabaya” terbukti dan dapat diterima.
2. Atribut supermarket berpengaruh positif dan signifikan terhadap motif belanja utilitarian. Dengan demikian hipotesis 2 “Atribut supermarket berpengaruh positif terhadap motif belanja utilitarian konsumen Carrefour di Surabaya” terbukti dan dapat diterima.
3. Motif belanja hedonik berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas. Dengan demikian hipotesis 3 “Motif belanja hedonik berpengaruh positif terhadap loyalitas konsumen Carrefour di Surabaya” terbukti dan dapat diterima.
4. Motif belanja utilitarian berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas. Dengan demikian hipotesis 4 “Motif belanja utilitarian berpengaruh positif terhadap loyalitas konsumen Carrefour di Surabaya” terbukti dan dapat diterima.
5. Atribut supermarket berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas. Dengan demikian hipotesis 5 “Atribut supermarket berpengaruh positif terhadap loyalitas konsumen Carrefour di Surabaya” terbukti dan dapat diterima.

5.2. SARAN

1. Untuk penelitian yang akan datang disarankan untuk menambah variabel Perilaku Konsumen sehingga mampu memberikan gambaran yang lebih luas mengenai Motif Belanja dan Loyalitas Konsumen.
2. Hasil penelitian ini bisa menjadi sumbangan pemikiran yang bisa digunakan peritel agar memperhatikan pengelolaan atribut supermarket yang terdiri dari:
 - a. Atmosfir toko meliputi suhu udara yang sejuk, layout dibuat efektif bagi kosumen misalnya menempatkan barang barang yang sering dibeli kosumen di dekat pintu masuk toko.
 - b. Lokasi yang strategis sehingga mudah dijangkau oleh konsumen. Dengan lokasi yang strategis menyebabkan konsumen akan membutuhkan waktu dan biaya yang sedikit untuk sampai ke swalayan tersebut.
 - c. Fasilitas kemudahan yang diberikan Carrefour dimana peritel menyediakan bagian khusus untuk menangani selisih harga antara harga di rak dengan harga yang ada di sistem.
 - d. Layanan pramuniaga, konsumen adalah raja jadi harus benar-benar dilayani dengan baik dan sopan serta ramah tamah oleh peritel agar konsumen merasa puas dengan pelayanan yang diberikan.
 - e. Barang dagangan, kualitas barang yang dijual harus memenuhi harapan konsumen serta produk yang dijual

harus dalam kondisi baik atau tidak rusak dan tidak kadaluarsa.

Sehingga motif belanja yang ingin ditunjukan oleh peritel dapat sampai ke benak konsumen, yang pada akhirnya menimbulkan loyalitas konsumen.

DAFTAR PUSTAKAAN

- Arnold, M.J. dan K.E. Reynolds, 2003, Hedonic Shopping Motivations, *Journal of Retailing*, p: 77-95.
- Amir, M.T, 2004, *Manajemen Ritel: Panduan Lengkap Pengelolaan Toko Modern*, PPM, Jakarta.
- Dharmmesta, B.S. dan T.H. Handoko, 2000, *Manajemen Pemasaran: Analisis Perilaku Konsumen*, BPFE, Yogyakarta.
- Ferdinand, Augusty., 2002, *Structural Equation Modeling Dalam Penelitian Manajemen*, Semarang, Penerbit BP UNDIP.
- Foster, B., 2008, *Manajemen Ritel*, Alfabeta, Bandung.
- Gerson, R.F., 2002, *Mengukur Kepuasan Pelanggan*, PPM, Jakarta.
- Ghozali, I., 2005, *Model Persamaan Struktural Konsep dan Aplikasi dengan Program AMOS Ver.5.0*, Semarang, Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Haryanto, B. dan W.R Kawuri, Analisis Loyalitas Toko dengan Pendekatan Second Order Factor dari Structural Equation Model, *Journal of Business Strategy and Execution*, Vol 2, No 2, p: 157 - 178.
- Hurriyati, R., 2005, *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*, Alfabeta, Bandung.
- Japariato, E., 2010, Sikap Relatif dan Komitmen jangka panjang Konsumen dalam Model Loyalitas, (Studi Kasus pada PT. Garuda Citilink), *Jurnal Manajemen Pemasaran*, Vol 5, No 1, April: 14-21.
- Jin, B. and Kim, J.O., 2003, "A typology of Korean discount shoppers: Shopping motives, stores attributes, and outcomes," *International journal of service Industry Management*, vol. 14, no. 4, pp. 396-419.

- Koo, D.M., 2003, Interrelationship among Store Images, Store Satisfaction, and Store Loyalty among Korea Discount Retail Patrons, *Asia Pasific Journal of Marketing and Logistics*, Vol 15, No. 42-71.
- Kuncoro, M., 2003, *Metodologi Riset untuk Bisnis dan Ekonomi*, Erlangga, Jakarta.
- Loudon, D.L. dan A.J.D. Bitta, 1993, *Consumer Behaviour*, 4th ed, Prentice Hall, New Jersey.
- Malhotra, dan Naresh, K., 2005, *Riset Pemasaran Pendekatan Terapan*, Edisi Keempat, Jakarta: PT. Index Kelompok Gramedia.
- Ma'ruf, H., 2005, *Pemasaran Ritel*, PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Prabawa, S.T., 2002. Perilaku Konsumen Tinjauan Aspek Budaya. *Fokus Ekonomi* Vol 1, No. 1. Hal 28-37.
- Rintamaki, T., Kanto, A., Kuusela, H., dan Spence, M.T., 2006, Decomposing the Value of Department Store Shopping into Utilitarian, Hedonic and Social Dimensions, *International Journal of Retail and Distribution Management*, No 1, p: 6-24.
- Santoso, S, 2011 , *Structural Equation Modeling Konsep dan Aplikasi dengan AMOS 18*, Jakarta, PT Elex Media Komputindo.
- Subagio, H., 2011, Pengaruh Atribut Supermarket terhadap Motif Belanja Hedonik, Motif Belanja Utilitarian dan Loyalitas Konsumen, *Jurnal Manajemen Pemasaran*, Vol 6, No 1, April: 8-21.
- Sugiarso, Sitingrak JR Tumpal, 2006, *Lisrel*, Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Sugiyono, 2004, *Metode Penelitian Bisnis*, Alfabeta, Jakarta.
- Utami, C.W., 2006, *Manajemen Ritel: Strategi dan Implementasi Ritel Modern*, Salemba Empat, Jakarta.
- Wicaksono, A., N. Budi, dan A. Dini, 2012, Indonesia Sasaran Pebisnis Ritel Dunia, Diakses dari: <http://industri.kontan.co.id/news/indonesia-sasaran-pebisnis-ritel-dunia>, pada tanggal 28 September 2012.

Yamin, Sofyan., Kurniawan, Heri.,2009. *Structural Equation Modeling.*
Belajar lebih mudah Teknik Analisis Data Kuesioner dengan
Lisrel-PLS. Jakarta: Salemba Infotek.