

BAB 5

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan analisis dan pembahasan dengan menggunakan analisis *Structural Equation Model*, maka dapat ditarik simpulan sebagai berikut :

1. *Perceived Customer Destiny* terbukti memiliki pengaruh positif signifikan terhadap *Wait Expectation*. Untuk itu, hipotesis penelitian yang menyatakan bahwa: “*Perceived Customer Destiny* berpengaruh terhadap *Wait Expectation* pada Carrefour di Surabaya” adalah terbukti.
2. *Perceived Customer Destiny* terbukti memiliki pengaruh negatif signifikan terhadap *Attitude Customer toward Store Atmosphere*. Untuk itu, hipotesis penelitian yang menyatakan bahwa: “*Perceived Customer Destiny* berpengaruh terhadap *Attitude Customer toward Store Atmosphere* pada Carrefour di Surabaya” adalah terbukti.
3. *Wait Expectation* terbukti memiliki pengaruh negatif signifikan terhadap *Storage Patronage Intention*. Untuk itu, hipotesis penelitian yang menyatakan bahwa: “*Wait Expectation* berpengaruh terhadap *Storage Patronage Intention* pada Carrefour di Surabaya” adalah terbukti.
4. *Attitude Customer toward Store Atmosphere* terbukti memiliki pengaruh positif signifikan terhadap *Storage Patronage Intention*. Untuk itu, hipotesis penelitian yang menyatakan bahwa: *Attitude Customer toward Store Atmosphere* berpengaruh terhadap *Storage Patronage Intention* pada Carrefour di Surabaya” adalah terbukti.

5.2 Saran

Berdasarkan simpulan yang telah dikemukakan dapat diberikan beberapa rekomendasi yang berupa saran-saran yang dapat menjadi bahan pertimbangan bagi perusahaan dan bagi penelitian selanjutnya :

5.2.1 Saran bagi Manajemen Carrefour di Surabaya

1. Pada penelitian ini memiliki temuan bahwa persepsi konsumen terhadap kepadatan di toko tinggi maka harapan menunggu konsumen juga ikut meningkat. Untuk itu, saran yang diajukan pada Carrefour untuk memperhatikan antrian di kasir agar konsumen tidak merasakan kepadatan di kasir.
2. Pada penelitian ini memiliki temuan bahwa persepsi konsumen terhadap kepadatan toko tinggi maka sikap konsumen terhadap atmosfir toko buruk. Untuk itu, saran yang di ajukan pada Carrefour untuk memperhitunhkan tata kelola toko agar konsumen merasa nyaman dengan atmosfit toko.
3. Pada penelitian ini menunjukkan bahwa dengan adanya harapan menunggu konsumen yang tinggi maka hal ini mampu mengurangi niat pembelian ulang konsumen. Untuk itu, saran yang di ajukan pada Carrefour untuk memperhatikan antrian di kasir agar konsumen tidak merasakan waktu tunggu di kasir yang lama.
4. Pada penelitian ini memiliki temuan jika sikap konsumen terhadap atmosfir toko buruk mampu mengurangi niat pembelian ulang konsumen. Untuk itu, saran yang di

ajukan pada Carrefour untuk mampu menciptakan suasana toko yang baik untuk merangsang niat pembelian ulang pada setiap konsumen Carrefour

5.2.2 Saran bagi penelitian selanjutnya

Objek Carrefour di Surabaya yang digunakan dalam studi ini difokuskan variabel *Perceived Customer Destiny* terhadap *Wait expectation*, *Attitude Customer toward Store Atmosphere* dan *Store Patronage Intention* pada Carrefour di Surabaya sehingga bersifat terbatas. Hal ini memberikan peluang bagi studi lanjutan untuk mengembangkan model pada konteks yang lebih luas dengan mengkaji variabel-variabel lain yang memungkinkan untuk mengkaji pengaruh terhadap *Wait expectation*, *Attitude Customer toward Store Atmosphere* dan *Store Patronage Intention*.

DAFTAR PUSTAKA

- Berry, Berman., Evans, Joel R., 2004, *Retail Management*. (9th ed).
Pearson Education International.
- Dodds, B., Monroe, K. B., dan Grewal, D., 1991, Effect of Price, Brand,
and Store Information on Buyers' Product Evaluations, *Journal
of Marketing Research*
- Ferdinand, A., 2002, *Structural Equation Modeling dalam Penelitian
Manajemen, Fakultas Ekonomi Undip*
- Grewal, D., Baker, J., Levy, M., Voss, G, B., 2003, The effects of wait
expectations and store atmosphere evaluations on patronage
intentions in service-intensive retail stores, *Journal of Retailing*
- Hellier., Kotler, P., Geursen, Gus, M., Rodney, C., and John. R. A.,
2003, Customer Repurchase Intention : A General Structural
Equation Model, *Journal Of Marketing*.
- Karen, A., Machleit., Sevgin, A., Eroglu, 2002, Susan Powell Mantel.
Perceived Retail Crowding and Shopping Satisfaction : What
Modifies This Relationship, *Journal of Retailing*
- Levy, M., Weitz., 2008, *Retailing Management*, 7th edition. New York:
Mc.Graw Hill, Irwin.
- Ma'ruf, H., 2006. *Pemasaran Ritel*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama

Peter., olson, 1999. consumer behavior. international edition.

Sugiyono, 2007, *Metode Penelitian Bisnis, Edisi ke 15*, Bandung: Alfabeta

Siagian, P., 1987, *Penelitian Operasional : Teori dan Praktek*.
Jakarta. Universitas Indonesia Press.

Utami, CW., 2010, *Manajemen Ritel: Strategi dan Implementasi Operasional Bisnis Ritel Modern di Indonesia*. Edisi 2. Jakarta. Salemba Empat.