

BAB 5

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan dapat diambil beberapa kesimpulan antara lain:

1. *Service Quality* memiliki pengaruh terhadap *Customer Satisfaction* di METRO Department Store Surabaya. Hal ini menunjukkan bahwa kepuasan konsumen dapat dibentuk melalui kualitas layanan perorangan. Dengan demikian hipotesis pertama “Terdapat pengaruh *Service Quality* terhadap *Customer Satisfaction* di METRO Department Store Surabaya”, dinyatakan diterima.
2. *Customer Satisfaction* berpengaruh terhadap *Store Loyalty* di METRO Department Store Surabaya. Hal ini menunjukkan bahwa loyalitas toko dapat dibentuk melalui kepuasan konsumen. Dengan demikian hipotesis kedua “Terdapat pengaruh *Customer Satisfaction* terhadap *Store Loyalty* di METRO Department Store Surabaya”, dinyatakan diterima.
3. *Service Quality* berpengaruh terhadap *Store Loyalty* di METRO Department Store Surabaya. Hal ini menunjukkan bahwa loyalitas toko dapat dibentuk melalui kualitas layanan perorangan. Dengan demikian hipotesis ketiga “Terdapat pengaruh *Service Quality* terhadap *Store Loyalty* di METRO Department Store Surabaya”, dinyatakan diterima.
4. *Service Quality* berpengaruh terhadap *Store Loyalty* dengan mediasi *Customer Satisfaction* di METRO Department Store Surabaya. Hal ini menunjukkan bahwa loyalitas toko dapat

dibentuk melalui kepuasan konsumen dan kualitas layanan perorangan. Dengan demikian hipotesis keempat “Terdapat pengaruh *Service Quality* terhadap *Store Loyalty* dengan mediasi *Customer Satisfaction* di METRO Department Store Surabaya”, dinyatakan diterima.

5.2. Saran

5.2.1. Saran Akademik

Penelitian ini nantinya dapat digunakan sebagai referensi bagi penelitian selanjutnya dalam melakukan penelitian yang sejenis atau sama bahkan dapat dijadikan penelitian lebih lanjut khusus berkaitan konsep atau teori yang mendukung pengetahuan manajemen ritel, yaitu mengenai *Service Quality*, *Customer Satisfaction* dan *Store Loyalty*. Selain itu juga, peneliti hendaknya meneliti citra toko dan variabel independen lain dengan menggabungkan penelitian ini dengan penelitian lain yang telah dilakukan, sehingga dengan adanya citra toko dapat mengukur kemajuan dan perkembangan ritel dalam jangka panjang.

5.2.2. Saran Praktis

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, saran yang diberikan oleh peneliti sebagai berikut:

1. METRO Department Store di Surabaya, di masa mendatang hendaknya meningkatkan *Service Quality* agar dapat bersaing dalam perindustrian retail saat ini. Berdasarkan tanggapan responden yang perlu ditingkatkan yaitu “penampilan karyawan yang kurang menarik, karyawan yang kurang mampu menyelesaikan masalah yang ada, karyawan selalu bersedia

membantu pelanggan, karyawan memiliki pengetahuan tentang produk, karyawan kurang sopan dalam melayani”. Hal tersebut memerlukan pelatihan untuk meningkatkan SOP (Standar Operasional Prosedur) dalam meningkatkan kepuasan dan loyalitas.

2. METRO Department Store di Surabaya, seharusnya lebih mempertahankan *Customer Satisfaction* yaitu “merasa puas dengan toko”. Berdasarkan hasil penelitian ini kepuasan pelanggan merupakan salah satu faktor dalam menciptakan loyalitas toko. Hal tersebut harus dipikirkan dengan cara meningkatkan kualitas layanan agar kepuasan pelanggan dapat tercapai.
3. METRO Department Store di Surabaya, seharusnya lebih mempertahankan *Store Loyalty* yaitu “pilihan pertama dalam melakukan belanja *fashion*”. Hal tersebut harus dipertahankan dengan cara memberikan kualitas layanan yang bagus agar kepuasan pelanggan dan loyalitas toko dapat dicapai.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustin, *et al.* 2009. Kepuasan Pelanggan Memediasi Hubungan Store Image Dan Ekspektasi Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan. Akreditasi No.110/DIKTI/Kep/2009. ISSN 1411-0393
- Anderson, Fornel dan Lehmann, (1994): *Consumer Satisfaction, Market Share and Profitability Finding from Sweden*, New York, *Journal of Marketing*.
- Asosiasi Perusahaan Retail Indonesia (APRINDO), diakses pada tanggal 9 september 2015 pukul 21.00 WIB <http://swa.co.id/tag/asosiasi-pengusaha-ritel-indonesia-aprindo>.
- Badan Pusat Statistik (BPS), diakses pada tanggal 9 september 2015 pukul 21.30 WIB <https://www.bps.go.id/>.
- Band, W.A. (1991). *Creating Value For Customers, Designing And Implementing A Total Corporate Strategy*. Jihn wiley and sons inc. New York.
- Ghozali, I. dan Fuad (2005), *Structural Equation Modeling*. Teori, Konsep, dan Aplikasi dengan Program LISREL 8.54. Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Hair, J.F *et al.*, (2006), *Multivariate Data Analysis (6th Edition)*, Prentice-Hall, Upper Saddle River, NJ.
- Hurriyati, R., (2005), *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung: Alfabeta.
- Jayawardhena, C., & Farrell, A. M. (2011). *Effects of retail employees' behaviours on customers' service evaluation. International Journal of Retail & Distribution Management*, Vol. 39. No. 3, pp. 203-217.
- Kotler, Armstrong, dan Garry, (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Jilid 1, Erlangga, Jakarta.

- Kotler, P. (2002:139), *Manajemen Pemasaran*, ed13, Jakarta, Penerbit Erlangga.
- Leong, L.Y *et al.*, (2015), *Expert Systems with Applications* No.15, May 2015 *An SEM artificial neural network analysis of the relationships between SERVPERF, customer satisfaction and loyalty among low cost and full service airline.*
- Levy dan Wetitz, (2007), *Retail Management 6th edition*. United States of America : McGraw-Hill International.
- Munhurrun, P.R, (2010), *Measuring Service Quality: Perceptions Of Employees*, *Global Journal of Business Research* Vol. 4 No. 1, 47-58.
- Parasuraman, A *et al.*, (1985). *A Conceptual Model Of Services Quality And Its Implications For Future Research. Journal Of Marketing*, Vol. 49, P.41-50.
- Parasuraman, A., Zeithalm, V., and Berry L., (1988). *SERVQUAL: A Multiple item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality*, *Journal of Retailing*.
- Renfors, S.M, (2013), *Buyers' Perceptions Of Personal Selling Quality In Services Selling*. Satakunta University of Applied Sciences.
- Schneider dan White, (2004), *Service Quality: Research Perspectives*, *Sage Publications Ltd: California*.
- Sitinjak, T.J.R dan Sugiharto, (2006), "Lisrel", Graha ilmu, Yogyakarta.
- Sugiyono, 2004. *Statistika untuk Penelitian dan Aplikasinya dengan SPSS ver 10.0 for Windows*. Bandung: Alfabeta.hal 89-109.
- Sutisna. (2001). *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. PT. Remaja Rosdakarya, Bandung.

- Utami, Christina Whidya, 2008, Manajemen Ritel ed2, Strategi dan Impelementasi Operasional Bisnis Ritel Moden Di Indonesia, Salemba Empat.
- Yamin, S., dan Kurniawan, H., 2009, *Structural Equation Modeling*, Jakarta, Penerbit Salemba Infotek.
- Yamit, Zulian . 2005. Manajemen Kualitas Produk dan Jasa. Ed. 1, Cet. 4. Yogyakarta: Ekonisia Kampus Fakultas Ekonomi UII Yogyakarta.