

BAB 5

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dengan menggunakan Analisis Regresi Moderasi, maka dapat ditarik simpulan secara umum model dapat digunakan untuk memprediksi variabel *private label usage* terhadap *store loyalty* dengan *shopping value* sebagai variabel moderasi pada SOGO *Department Store* Tunjungan Plaza Surabaya, berdasarkan analisis hasil penelitian maka penjabaran kesimpulan sebagai berikut::

1. *Private Label Usage* berpengaruh terhadap *Store Loyalty* pada SOGO *Department Store* Tunjungan Plaza Surabaya. Oleh karena itu hipotesis 1 yang diajukan dalam penelitian ini, diterima.
2. *Utilitarian shopping value* memperkuat pengaruh *private label usage* terhadap *store loyalty* pada SOGO *Department Store* Tunjungan Plaza Surabaya. Oleh karena itu hipotesis 2 yang diajukan dalam penelitian ini, diterima.
3. *Hedonic shopping value* memperkuat pengaruh *private label usage* terhadap *store loyalty* pada SOGO *Department Store* Tunjungan Plaza Surabaya. Oleh karena itu hipotesis 3 yang diajukan dalam penelitian ini, diterima.

5.2 Saran

Dari hasil penelitian dan simpulan yang telah disebutkan di atas, maka dapat diajukan saran sebagai berikut:

1. Bagi Para Pelaku Usaha:
 - a. Toko Sogo *Department Store* Tunjungan Plaza Surabaya harus memudahkan konsumen dalam mencari produk *private label*. Produk *private label* yang mudah ditemukan dapat mempengaruhi konsumen dalam melakukan keputusan membeli produk *private label*.
 - b. Toko Sogo *Department Store* Tunjungan Plaza Surabaya perlu melakukan pengecekan *stock* barang *private label*. Dengan melakukan pengecekan *stock* barang, hal tersebut bertujuan agar konsumen mendapat barang yang dibutuhkan dan tidak membuat konsumen kecewa karena *stock* habis.
 - c. Toko Sogo *Department Store* Tunjungan Plaza Surabaya perlu meningkatkan program kartu loyalitas. Dengan melakukan peningkatan program kartu loyalitas, hal tersebut bertujuan agar konsumen merasa lebih diperhatikan oleh Sogo *Department Store* Tunjungan Plaza Surabaya.
2. Bagi Penelitian selanjutnya :
 - a. Hasil uji kecocokan model menunjukkan hasil persen *adjusted R Square* sebesar 89,3%. Untuk penelitian selanjutnya, peneliti mengusulkan pengujian variabel-variabel independen lain di luar model penelitian ini mengenai *Store Loyalty*. Hal ini perlu dilakukan agar variabel-variabel penelitian mendatang semakin memprediksi dalam menunjukkan pengaruhnya terhadap *Store Loyalty*.

- b. Penelitian selanjutnya dapat dilakukan di obyek toko *fashion* lain karena penelitian ini hanya menggunakan satu obyek toko *fashion* yaitu Sogo *Department Store* Tunjungan Plaza Surabaya.

DAFTAR PUSTAKA

- Ailawadi, K., Pauwels, K., Steenkamp, J., 2008, Private label use and store loyalty. *Journal of Marketing*. 72 (6), 19-30
- Anderson, M., Palmblad, S., dan Prevedan, T. 2012, Atmospheric Effects on Hedonic and Utilitarian Customers. *Bachelor Thesis*. Linnaeus University.
- Batra, R., dan Ahtola, O.L. 1991, Measuring the Hedonic and Utilitarian Sources of Consumer Attitudes. *Marketing Letters*, 2 (2), 159-170.
- Bloemer, J., Ruyter, K. D. 1998, On the relationship between store image, store satisfaction and store loyalty. *European Journal of Marketing*, Vol. 32 Iss 5/6 pp. 499 - 513
- Blythe, J. 2005, Essentials of Marketing. England: Pearson Education Limited.
- Bridson, K., Evan J., Hickman, M. 2008, Assessing the relationship between loyalty program attributes, store satisfaction and store loyalty. *Journal of Retailing and Consumer Services* 15 (2008) 364–374.
- Dick, A. S., Basu, K. 1994, Customer Loyalty : Toward an Integrated Conceptual Framework. *Journal of The Academy of Marketing Science* Volume 22, No. 2, pages 99-113.
- Durianto, D., Sugiarto, Sitinjak, T. 2001. Strategi Menaklukkan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Ghozali, I., 2012, Aplikasi Analisis Mutivariante dengan Program IBM SPSS, Semarang, Badan Penerbit Universitas Dipenogoro.
- İpek, İ., Askin, N., İlter B, 2016, Private label usage and store loyalty : The moderating impact of shopping value. *Journal of Retailing and Consumer Services* 31 (2016) 72–79.

- Kim, H.S. 2006, Using Hedonic and Utilitarian Shopping Motivations to Profile Inner City Consumers. *Journal of Shopping Center Research*, 13 (1), 2006, 57-79.
- K V S Madaan. 2009, Fundamental of retailing. Penerbit : Tapas K Maji.
- Kiesler, C. A. (1966), Conflict and number of choice alternatives. *Psychology Reports*. 18, 603-610.
- Koschate F, N., Cramer, J., Hoyer, W. 2014, Moderating Effects of The Relationship between Private Label Share and Store Loyalty. *Journal of Marketing*. 78(2), 69-82.
- Levy, M. & Barton A Weitz. 2007. Retailing Management, 6th ed. New York. Mc Graw Hill International Edition.
- Loudon, D. L. dan Bitta, A. J. D., 1993, *Consumer behavior*, Concepts and Applications. Fouth edition. Singapore: McGraw-Hill
- Ma'aruf Hendri, 2005, *Pemasaran Ritel*, PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Muttaqiena, A, Menjelang IFW 2014, Industri Fashion Indonesia Tumbuh Pesat. Retrieved September 9, 2016, from [http://www.seputarforex.com:detail.php?id=160775&antitle=menjelang ifw 2014 industri fashi on indonesia tumbuh pesat](http://www.seputarforex.com:detail.php?id=160775&antitle=menjelang_ifw_2014_industri_fashi_on_indonesia_tumbuh_pesat).
- Peter, J, P., dan Olson, J, C. 2000, Consumer behavior & marketing strategy. Penerbit : Andy Witson. Edisi 4.
- Prima, G.A., (2009, January 30). Anchor tenant, from <http://www.griya.asri.prima.mht>.
- Retail Industry. Advantages and disadvantages of private label products. Retrieved September 9, 2016, from http://retailindustry.about.com/library/uc/02/uc_stanley3.html
- Santoso, Singgih. 2008, Panduan Lengkap Menguasai SPSS 16, Jakarta: PT Elex Media Komputindo Kelompok Gramedia

- Sogo *Department Store, Premier card*. Retrieved September 9, 2016, from <http://sogo.co.id/about-premier-card/>
- Subagio, H., 2011, Pengaruh Atribut Supermarket terhadap Motif Belanja Hedonik Motif Belanja Utilitarian dan Loyalitas Konsumen. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 6 (1), April 2011: 8-21.
- Sugiyono, 2013, *Statistika Untuk Penelitian*, Bandung, Alfabeta Bandung.
- Utami, C. W., 2014, *Manajemen Ritel (Strategi dan Implementasi Ritel Modern)*, Jakarta: Salemba Empat. Edisi 2
- _____2006, *Manajemen Ritel (Strategi dan Implementasi Ritel Modern)*, Jakarta: Salemba Empat. Edisi 1
- Wikipedia. *Tunjungan Plaza*. Retrieved September 9, 2016, from https://id.wikipedia.org/wiki/Tunjungan_Plaza