

BAB 5

SIMPULAN DAN SARAN

5.1. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan dapat diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

- 1) Hipotesis 1 yang menyatakan bahwa kualitas layanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Supermarket BONNET di Surabaya diterima. Hal tersebut dapat dikatakan bahwa kualitas layanan akan berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap kepuasan pelanggan pada Supermarket BONNET di Surabaya.
- 2) Hipotesis 2 yang menyatakan bahwa kepuasan pelanggan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap niat pembelian ulang pada Supermarket BONNET di Surabaya diterima. Hal tersebut dapat dikatakan bahwa kepuasan pelanggan akan berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap niat pembelian ulang pada Supermarket BONNET di Surabaya.

5.2. Saran.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan maka saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut:

- a. Bagi pihak Supermarket BONNET.

Untuk dapat meningkatkan niat pembelian ulang pada Supermarket BONNET sebagai tempat konsumen untuk memenuhi kebutuhan mereka maka hendaknya pihak Supermarket BONNET lebih memperhatikan kualitas layanan hal ini karena dalam penelitian ini telah terbukti bahwa kualitas layanan dapat meningkatkan niat pembelian ulang pada Supermarket BONNET konsumen.

Peningkatan kualitas layanan dapat dilakukan dengan cara meningkatkan fasilitas fisik, kemampuan karyawan, dan lain-lain.

- b. Bagi para akademisi dan pembaca untuk memperluas penelitian dengan mempertimbangkan daerah penelitian di tempat usaha atau perusahaan lain sehingga dihasilkan suatu informasi mengenai hubungan antara kualitas layanan terhadap niat pembelian ulang dengan kepuasan konsumen sebagai mediator.

Daftar Pustaka

- Algifari., 2000., *Analisis Regresi, Teori, Kasus dan Solusi*. Yogyakarta: BPFE UGM.
- Alma, B., 2009., *Kewirausahaan*. Bandung: Alfabeta.
- Anoraga, P., 2000., *Manajemen Bisnis*. Jakarta: PT. Rineka Cipta
- Arikunto, S., 1998., *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Assael, H., 1998., *Consumer Behavior and Marketing Action 6th edition*. New York: International Thomson Publishing.
- Barkelay, B. dan Saylor, H., 1994., *Customer Driven Project Management, A. New Paradigm In Total Quality Management*, Singapura: McGraw-Hill. Inc.
- Berman, B., dan Evans, J.R., 2001., *Retail Management: A Strategic Approach*. 8th edition. New Jersey: Prentice Hall.
- Bigne, J.E., Sanchez M.I., dan Sanchez J., 2001. Tourism image, evaluation variables and after purchase intentions: inter-relationship. *Tourism Management* Vol. 22, pp. 607-612.
- Engel, J.F., Blackwell, R. D., dan Miniard, P. W., 2001., *Consumer Behavior*. 9th edition. Ohio: South Westren.
- Ferdinand, A., 2002., *Structural Equation Modelling Dalam Peneltian Manajemen*. Edisi Kedua, Semarang: Seri Pustaka Kunci 03/BP UNDIP.
- Hellier, P. K., Geursen, G. M., Carr, R. A., dan Rickard, J. A., 2003., Customer Repurchase Intention A General Structural Equation Model, *European Journal of Marketing*, Vol.37, No 11/12
- Hossain, Md. P., 2006., A Relational Study On Perceived Value, Brand Preference, Customer Satisfaction, And Repurchase Intention In Context Of Akij Textile Mills Ltd In Bangladesh, *Thesis, Independent University*, Bangladesh, August 2006.
- Juran, J. M., 1993., Made in U.S.A.: A renaissance in quality, *Harvard Business Review*, vol. 71 no. 4, pp. 42-50.

- Kotler, P., 2003., *Manajemen Pemasaran*, Edisi kesebelas, Jilid 1. Terjemahan Molan, B., Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- Kotler, P., 1997., *Manajemen Pemasaran*, Edisi Pertama, Jakarta: PT. Prenhalindo.
- Kotler, P., 2004., *Dasar-dasar Pemasaran dan Manajemen Pemasaran*, Edisi Kedua, Jakarta: PT. Indeks.
- Kotler, P., 2007, *Marketing Management, 12th edition.*, New York: Pearson Prentice Hall
- Kotler, P., *Manajemen Pemasaran Edisi Millenium*, Jakarta: Penerbit Prehalindo.
- Kotler, P., Roberto, N., dan Lee, N., 2002., *Social Marketing: Improving the Quality of Life*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications
- Levy, M., dan Weitz, B.A., 2001., *Retailing Management*, 4th edition. New York: Mc.Graw. Hill
- Mangkunegara, A. A. P., 1998, *Perilaku Konsumen*, Bandung: Eresco.
- Ma ruf, H., 2006., *Pemasaran Ritel*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka
- Setiadi, J.N., 2003., *Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi Untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Setyawan, A. A., dan Ihwan, S., 2004., Pengaruh Service Quality dan Perception Terhadap Purcase Intention. *Usahawan* No. 07 TH. XXXI 11 JULI 2004.
- Solomon, M. R., 1996., *Consumer Behavior*, 6th edition, New Jersey: Prentice Hall International.
- Strauss, B. dan Neuhaus, P., 1997., The qualitative satisfaction model, *International Journal of Services Industries Management*, Vol. 8, No.3, pp. 236-249.
- Sujana, A., 2005. *Manajemen Ritel Modern*. Yogyakarta: PT. Graha Ilmu.
- Tjiptono, F., 1996., *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Tjiptono, F., 2001., *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit Andi Offset.
- Tjiptono, F., 2005., *Pemasaran Jasa*, Malang: Bayumedia Publishing.

- Tjiptono, F., dan Chandra, G., 2005. *Service, Quality and Satisfaction*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Umar, H., 1999., *Metodologi Penelitian Aplikasi Dalam Pemasaran*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Utami., C. W., 2006., *Manajemen Ritel: Strategi dan Implementasi Ritel Modern*. Jakarta: Salemba Empat
- Wijaya, T., 2009, *Analisis Data Penelitian Menggunakan SPSS*, Yogyakarta: Penerbit Universitas Atmajaya Yogyakarta.
- Wisnalwamati., 2005., Pengaruh Persepsi Dimensi Kualitas Terhadap Niat Pembelian Ulang, *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, No. 3 Jilid 10. UPN “Veteran” Yogyakarta.
- Wong, A., 2004. The role of emotional satisfaction in service encounters. *Managing Service Quality* Vol. 14 No. 5, pp. 365-376.
- Zeithaml, V. A., Parasuraman, A., dan Berry, L. L., 1990., *Delivering Quality Service: Balancing Customer Perceptions and Expectations*. New York: The Free Press.
- Zeithaml, V. A., Parasuraman, A., dan Berry, L. L., 1996., The Behavioral Consequences of Service Quality. *Journal of Marketing*, Vol. 60, pp. 31-46.