

BAB 5

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Dari hasil penelitian dan pembahasan yang digunakan sesuai dengan tujuan hipotesis yang dilakukan, dengan analisis *structural equation modeling*, maka dapat ditarik simpulan sebagai berikut:

1. Hipotesis 1 yang menyatakan bahwa keadilan distributif berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Carrefour Kalimas Surabaya terdukung. Hal ini berarti bahwa keadilan distributif dapat mempengaruhi kepuasan konsumen.
2. Hipotesis 2 yang menyatakan keadilan prosedural berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen di Carrefour Kalimas Surabaya tidak terdukung, hal ini berarti bahwa keadilan prosedural tidak dapat mempengaruhi kepuasan konsumen.
3. Hipotesis 3 yang menyatakan keadilan interaksional berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen di Carrefour Kalimas Surabaya terdukung, hal ini berarti bahwa keadilan interaksional dapat mempengaruhi kepuasan konsumen.
4. Hipotesis 4 yang menyatakan kepuasan konsumen berpengaruh positif signifikan terhadap minat membeli ulang di Carrefour Kalimas Surabaya terdukung. Hal ini berarti bila konsumen puas dapat mempengaruhi minat membeli ulang konsumen ke peritel.
5. Hipotesis 5 yang menyatakan bahwa keadilan distributif berpengaruh langsung secara signifikan terhadap minat membeli ulang pada Carrefour Kalimas Surabaya tidak terdukung. Variabel keadilan

distributif tidak berpengaruh terhadap minat membeli ulang pada Carrefour Kalimas Surabaya.

6. Hipotesis 6 yang menyatakan bahwa keadilan prosedural berpengaruh langsung secara signifikan terhadap minat membeli ulang pada Carrefour Kalimas Surabaya terdukung. Variabel keadilan prosedural berpengaruh terhadap minat membeli ulang pada Carrefour Kalimas Surabaya.
7. Hipotesis 7 yang menyatakan bahwa keadilan interaksional berpengaruh langsung secara signifikan terhadap minat membeli ulang pada Carrefour Kalimas Surabaya tidak terdukung. Variabel keadilan interaksional tidak berpengaruh terhadap minat membeli ulang pada Carrefour Kalimas Surabaya.

5.2 Saran

Berdasarkan simpulan yang telah dikemukakan di atas dapat diberikan beberapa rekomendasi yang dapat menjadi bahan pertimbangan bagi perusahaan, sebagai berikut:

5.2.1 Saran Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai referensi bagi penelitian selanjutnya terutama dalam bidang penelitian yang sejenis. Selain itu diharapkan penelitian ini dapat dijadikan sebagai acuan yang mendukung penelitian mengenai pengaruh keadilan distributif, keadilan prosedural, keadilan interaksional dan kepuasan konsumen terhadap minat membeli ulang ketika konsumen berbelanja di peritel.

5.2.2 Saran Praktis

1. Pemulihan layanan di Carrefour Kalimas Surabaya harus dipertahankan karena dengan adanya pemulihan layanan dapat meningkatkan minat membeli ulang melalui kepuasan konsumen yang tercapai.
2. Pemulihan layanan di Carrefour Kalimas Surabaya lebih ditingkatkan supaya tidak terjadi kesalahan selama pemulihan layanan terjadi karena dengan adanya pemulihan layanan mempengaruhi kepuasan konsumen yang kemudian dapat mempengaruhi minat membeli ulang konsumen di Carrefour Kalimas Surabaya.
3. Pihak Carrefour Kalimas Surabaya supaya melakukan monitoring secara teratur terhadap kinerja dari program pemulihan layanan ini. Dengan demikian bila ada kesalahan atau perubahan yang perlu dilakukan akan cepat ditanggapi mengingat dengan adanya program pemulihan layanan ini dapat memuaskan konsumen dan meningkatkan minat membeli ulang konsumen ke Carrefour Kalimas Surabaya.

DAFTAR KEPUSTAKAAN

- Badawi, 2012, Justice and Customer Emotion's Effect on Complaint Handling Satisfaction: A Survey on Complaint Attitude Handling, *International Journal of Innovation, Management and Technology*, Vol. 3, No. 5, October 2012: pp 573-579.
- Cahyadi, A.Y., 2013, 2013 Penduduk Indonesia Diperkirakan 250 Juta Jiwa, diakses 29 Juni, 2014, <http://www.republika.co.id/berita/%20nasional/umum/13/07/17/mq2oy6-2013-penduduk-indonesia-diperkirakan-250-juta-jiwa>.
- Darandono, 2012, 2012, Bisnis Ritel di Indonesia Kian Menjanjikan, diakses 29 Juni 2014, <http://swa.co.id/business-strategy/marketing/2012-bisnis-ritel-di-indonesia-kian-menjanjikan>.
- Engel, J.F., Blackwell, R.D., dan Miniard, P.W., 1994, *Perilaku Konsumen*, jilid pertama, Jakarta: Binapura Aksara.
- Ghozali, Imam., dan Fuad., 2005, *Structural Equation Modeling*, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hair, J.F., Black, W.C., Babin, B.J., and Anderson, R.E., 2010, *Multivariate Data Analysis*, United States of America: Pearson Prentice Hall.
- Indonesian commercial newsletter, 2011, Perkembangan Bisnis Ritel Modern, diakses 29 Juni 2014, <http://www.datacon.co.id/Ritel-2011ProfilIndustri.html>.
- Kau, A.K., dan Loh, E.W.Y., 2006, The Effects of Service Recovery on Consumer Satisfaction: a Comparison Between Complainants and Non-Complainants, *Journal of Services Marketing*, Vol. 20, No. 2, 2006: pp 101-111.

- Komisi Pengawas Persaingan Usaha Republik Indonesia, 2009, Putusan Perkara Nomor: 09/Kppu-L/2009.
- Kotler, P., dan Keller, K.L., 2009, *Manajemen Pemasaran*, Ciracas, Jakarta: Erlangga.
- Levy, M., and Weitz, B.A., 2011, *Retailing Management*, New York, America: McGRAW-HILL.
- Lin dan Lekhawipat, 2013, Is Habit Influenced Construct for Online Repurchase Intention?, *International Conference on Technology Innovation and Industrial Management*, May 2013: pp 112-125.
- Lovelock, C., and Wirtz, J., 2007, *Service Marketing: People, Technology, Strategy*, United States of America: Pearson.
- Lovelock, C.H., dan Wright, L.K., 2005, *Manajemen Pemasaran Jasa*, Jakarta: Indeks.
- Maxham, J.G., dan Netemeyer, R.G., 2002, Modeling Customer Perceptions of Complaint Handling Over Time: The Effects of Perceived Justice on Satisfaction and Intent, *Journal of Retailing*, Vol. 78, No. 4, 2002: pp 239-252.
- Saha, G.C., dan Theingi, 2009, Service Quality, Satisfaction, and Behavioural Intentions: A Study of Low-Cost Airline Carriers in Thailand, *Managing Service Quality*, Vol. 19, No. 3, 2009: pp 350-372.
- Schiffman, L.G., Kanuk, L.L, and Wisenblit, J., 2010, *Consumer Behavior*, 10th ed., One Lake Street, Upper Saddle River, New Jersey: Pearson Education, Inc.