

BAB 5

SIMPULAN DAN SARAN

5.1. Simpulan

Berdasarkan dari hasil analisis dan pembahasan maka simpulan yang dapat dirumuskan adalah sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh positif *operation skills* terhadap *service quality* pada *Ace Hardware* di Tunjungan Plaza Surabaya. Jadi, hipotesis 1 yaitu *operation skills* mempunyai pengaruh positif terhadap *service quality* pada *Ace Hardware* di Tunjungan Plaza Surabaya didukung.
2. Terdapat pengaruh positif *service quality* terhadap *shopping preference* pelanggan pada *Ace Hardware* di Tunjungan Plaza Surabaya. Jadi, hipotesis 2 yaitu *service quality* mempunyai pengaruh positif terhadap *shopping preference* pelanggan pada *Ace Hardware* di Tunjungan Plaza Surabaya didukung.
3. Terdapat pengaruh positif *operation skills* terhadap *shopping preference* pelanggan pada *Ace Hardware* di Tunjungan Plaza Surabaya. Jadi, hipotesis 3 yaitu *operation skills* mempunyai pengaruh positif terhadap *shopping preference* pelanggan pada *Ace Hardware* di Tunjungan Plaza Surabaya didukung.
4. *Operation skills* secara tidak langsung berpengaruh positif terhadap *shopping preference* melalui *service quality* sebagai variabel mediasi.
5. *Ace Hardware* harus memperhatikan *operation skills* dan juga *service quality* yang dimilikinya agar dapat tetap menjadi *shopping preference* bagi para pelanggannya. Variabel *operation skills* dan *service quality* telah terbukti memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *shopping preference* pelanggan pada *Ace Hardware* di Tunjungan Plaza Surabaya dalam penelitian ini.

5.2. Saran

Berdasarkan dari hasil penelitian dan simpulan maka dapat disarankan beberapa hal sebagai berikut:

1. Untuk meningkatkan *shopping preference* konsumen, *Ace Hardware* di Tunjungan Plaza Surabaya sebaiknya meningkatkan *operation skills* dan *service quality* yang dimilikinya.
2. Untuk meningkatkan *service quality* yang dimilikinya, *Ace Hardware* di Tunjungan Plaza Surabaya sebaiknya lebih meningkatkan *operation skills* yang dimilikinya sehingga mampu mempengaruhi preferensi berbelanja pelanggan. Pelanggan yang berlangganan pada suatu toko karena mereka menyukai keahlian operasional dan kualitas layanan yang dimiliki oleh toko tersebut akan memiliki keinginan untuk melakukan pembelian lagi terhadap toko tersebut, bahkan mungkin akan merekomendasikan toko tersebut kepada temannya.
3. Karakteristik demografi responden pada penelitian ini cenderung homogen. Penelitian mendatang sebaiknya menggunakan objek penelitian yang berbeda dengan karakteristik responden yang lebih heterogen, misalnya pada *Supermarket* ataupun *Hypermarket*.
4. Pengujian model untuk penelitian mendatang sebaiknya menggunakan sampel yang lebih besar, misalnya sebanyak 300 sampel.

DAFTAR KEPUSTAKAAN

- Abu, Nor Khalidah, 2003, *Service Quality Dimensions: A Study on Various Sizes of Grocery Retailers – A conceptual Paper*, Universiti Tun Abdul Razak, Selangor, Malaysia.
- Berman, Barry and Evans, R. Joel., 2007, *Retail Management: A Strategic Approach, tenth editon*, New Jersey: Pearson Prantice Hall.
- Ferdinand, Augusty. 2002. *Structural Equation Modelling Dalam Penelitian Manajemen*. Edisi kedua. Semarang: BP-UNDIP.
- Gentry, J. dan Burns, 1977, *How Important are evaluative criteria in shopping center patronage?*, *Journal of Retailing*, 53 (4): 73-86.
- Griffin, Jill, 2002, *Customer Loyalty: How To Earn It, How To Keep It*, Mc Graw Hill, Kentucky.
- Ghozali, Imam dan Fuad, 2005, *Structural Equation Modeling: Teori, Konsep, dan Aplikasi dengan Progam Lisrel 8.54*, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hammond, Richard, 2003, *Smart Retail: How to Turn Your Store into A Sales Phenomenon*, Great Britain: Pearson Education Limited.
- Iskandar, E., A. Mohamad, Siti Ruslina, Abraham Susanto, Tutut W., 2009, *Referencing, Not Plagiarism*, diakses 3 September 2009, <http://id.inti.or.id/profilpilihan/19/tahun/2007/bulan/06/tanggal/02/id/262/print/>
- Kotler, Phillip dan G. Amstrong. 1999. *Dasar – dasar Pemasaran*. Bagian 1. Jakarta, Prenhallindo.
- Kusnendi, 2008, *Model-Model Persamaan Struktural*, Bandung: Alfabeta.
- Levy, Michael dan Weitz. A. Barton. 2001. *Retailing Management*. New York: Mcgrow/Irwin.
- Lovelock, Christopher. 2002. *Service Marketing and Management*. Edisi 2. New York: Prentice Hall.

- Ma'ruf, Hendri. 2006. *Pemasaran Ritel*. Jakarta: Gramedia.
- Malhorta, K. Naresh, 2004, *Marketing Research: An Applied Orientation, fourth edition*, Pearson Education International.
- Peter, J. Paul dan Olson Jerry C. 2005. *Consumer Behavior and Marketing Strategy*. 7th edition. Singapore: McGraw-Hill.
- Sitinjak, Tumpal JR dan Sugiarto, 2005, *Lisrel*, Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Suharyadi dan Purwanto, 2003, *Statistika untuk Ekonomi & Keuangan Modern, buku I*, Salemba Empat.
- Suharyadi dan Purwanto, 2004, *Statistika untuk Ekonomi & Keuangan Modern, buku II*, Salemba Empat.
- Tsai, Lai dan Chen, 2008, *Developing a Strategy of Operation Skills in Retailers and Customers Shopping Preferences*, National Cheng Kung University, Tainan, Taiwan.
- Utami, Christina Whidya, 2006, *Manajemen Ritel: Strategi dan Implementasi Ritel Modern*, Jakarta: Salemba Empat.
- Wardani, F., 2009, *Referencing, Not Plagiarism*, diakses 3 September 2009, http://smarnetoriflameluzri.blogspot.com/2009/04/pt_08.html