

BAB 5

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dengan menggunakan *Structural Equation Modeling* (SEM), maka dapat ditarik simpulan secara umum model dapat digunakan untuk memprediksi perilaku konsumen dalam melakukan *words of mouth* pada retail *fashion* saran detail disimpulkan sebagai berikut:

1. *Product quality* berpengaruh terhadap *customer satisfaction* pada Pull & Bear Galaxy Mall Surabaya. Oleh karena itu hipotesis 1 yang diajukan dalam penelitian ini, diterima.
2. *Personal interaction* berpengaruh terhadap *customer satisfaction* pada Pull & Bear Galaxy Mall Surabaya. Oleh karena itu hipotesis 2 yang diajukan dalam penelitian ini, diterima.
3. *Store atmosphere* berpengaruh terhadap *customer satisfaction* pada Pull & Bear Galaxy Mall Surabaya. Oleh karena itu hipotesis 3 yang diajukan dalam penelitian ini, diterima.
4. *Customer satisfaction* berpengaruh terhadap *words of mouth* pada Pull & Bear Galaxy Mall Surabaya. Oleh karena itu hipotesis 4 yang diajukan dalam penelitian ini, diterima.
5. *Product quality* berpengaruh terhadap *words of mouth* melalui *customer satisfaction* pada Pull & Bear Galaxy Mall Surabaya. Oleh karena itu hipotesis 5 yang diajukan dalam penelitian ini, diterima.
6. *Personal interaction* berpengaruh terhadap *words of mouth* melalui *customer satisfaction* pada Pull & Bear Galaxy Mall Surabaya. Oleh karena itu hipotesis 6 yang diajukan dalam penelitian ini, diterima.

7. *Store atmosphere* berpengaruh terhadap *words of mouth* melalui *customer satisfaction* pada Pull & Bear Galaxy Mall Surabaya. Oleh karena itu hipotesis 7 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 Pull & Bear Galaxy Mall Surabaya dapat memberikan *treatment* khusus cara untuk merawat produk – produk Pull & Bear kepada konsumen supaya produk awet dan tahan lama.
 - b. Toko Pull & Bear Galaxy Mall Surabaya dapat melakukan strategi *endorse* dengan memanfaatkan media sosial yang ada untuk lebih memperkenalkan produknya.
2. Bagi Penelitian selanjutnya :
 - a. Untuk penelitian selanjutnya dapat menambahkan variabel eksogen *store convenience*. Sesuai dengan jurnal acuan variabel *store convenience* juga berpengaruh terhadap *words of mouth* melalui *customer satisfaction*.
 - b. Penelitian selanjutnya dapat dilakukan di obyek toko *fashion* lain karena penelitian ini hanya menggunakan satu obyek toko *fashion* yaitu Pull & Bear Galaxy Mall Surabaya.

DAFTAR PUSTAKAAN

- Chang, *et al.*, 2014, Effects of store attributes on retail patronage behaviors: Evidence from activewear specialty stores, *Journal of Fashion Marketing and Management*, Vol. 19 No. 2, page : 136-153
- Cruz, A, V., 2015, *Relationship between product quality and customer satisfaction*, Scholar Works, hal 1-170.
- Ghozali, I., 2005, *Model Persamaan Struktural*, Badan penerbit Universitas Diponegoro, Hal 21.
- Ghozali, I., dan Fuad, 2005, *Structural Equation Modeling: Teori, Konsep dan Aplikasi dengan Program Lisrel 8.54*, Semarang: Badan Penerbit UNDIP
- Irawan, D., dan Japarianto, E., 2008, Analisa Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Sebagai Variabel Intervening Pada Pelanggan Restoran POR KEE Surabaya, *Jurnal Manajemen Pemasaran*, Vol. 1, No. 2, 1-8.
- Juwita, E. 2016, January 22, *Saat Berpakaian Telah Menjadi Gaya Hidup, Relakah Kamu Menghabiskan Uang Demi Fesyen?* Retrieved September 9, 2016, from moola.id:post/saat-berpakaian-telah-menjadi-gaya-hidup-relakah-kamu-menghabiskan-uang-demi-fesyen-begini-jawaban-4-teman-moola-untukmu.
- Kemenperin. 2016, Desember 9. *Ciptakan Nilai Tambah, Menperin: Industri Fesyen Nasional Usung Budaya Lokal*. Retrieved September 9, 2016, from www.kemenperin.go.id:artikel/14706/Ciptakan-Nilai-Tambah,-Menperin:-Industri-Fesyen-Nasional-Usung-Budaya-Lokal#.

- Mainela, T., dan Ulkuniemi, P., 2012, Personal interaction and customer relationship, *Journal of Business dan Industrial Marketing*, November : 103-110.
- Mardikawati, W., dan Farida, N., 2013, Pengaruh Nilai Pelanggan Dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan, Melalui Kepuasan Pelanggan Pada Pelanggan Bus Efisiensi, *Jurnal Asministrasi Bisnis*, Volume 2, No 1, Maret : 64-75.
- Maulana, I. (2012, Agustus 1). *Perkembangan Trend Fashion Indonesia*. Retrieved September 9, 2016, from [blog.katalogpakaian.com: http://blog.katalogpakaian.com/2012/08/perkembangan-trend-fashion-indonesia.html](http://blog.katalogpakaian.com:2012/08/perkembangan-trend-fashion-indonesia.html).
- Musanto, T., 2004, Faktor-Faktor Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan: Studi Kasus pada CV. Sarana Media Advertising Surabaya, *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, Vol. 6, No. 2, September : 123 - 136.
- Muttaqiena, A. (2014, February 19). *Menjelang IFW 2014, Industri Fashion Indonesia Tumbuh Pesat*. Retrieved September 9, 2016, from [www.seputarforex.com: http://www.seputarforex.com/saham/ekonomi/detail.php?id=160775&antitle=menjelang_ifw_2014_industri_fashion_indonesia_tumbuh_pesat](http://www.seputarforex.com:detail.php?id=160775&antitle=menjelang_ifw_2014_industri_fashion_indonesia_tumbuh_pesat).
- Permadi, P, C., Kumadji, S., dan Kusumawati, A.,2014, Pengaruh Citra Merek Terhadap Word Of Mouth dan Kepuasan Pembelian, *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, Vol. 10 No. 1, Mei : 1- 7.
- Peter, J, P., dan Olson, J, C., 2008 , *Consumer Behavioer dan Marketing Strategy*, Mc Graw - Hill, Page 393-394.

Pull dan Bear, *www.pullandbear.com*. Retrieved September 9, 2016, from Pull dan Bear: <http://www.pullandbear.com/id/en>.

Puspasari, A., 2014, Pengaruh Kkualitas Produk Terhadap Word Of Mouth Melalui Kepuasan Pelanggan, *Jurnal Ilmu Manajemen*, Volume 2, Nomor 4, Oktober : 1737-1748.

Rachmawati, I, Y., dan Suminar, B., 2014, Pengaruh Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Terhadap Word Of Mouth pada Pelanggan Honda Motor di Surabaya, *Journal of Business and Banking*, Volume 4, No. 1, May : 15 – 30.

Raluca, 2012, Word-of-Mouth Communication: A Theoretical Review. *Маркетинг і менеджмент інновацій* , 132-130.

Samuel, H., dan Foedjiawati, 2005, Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Kesetiaan Merek, *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, Vol. 7, No. 1, Maret: 74-82.

Sembiring, J, I., dan Suharyono, K, A., 2014, Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan, *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)* , Vol. 15 No. 1, Oktober : 1-10.

Setiawan, M, B., dan Ukudi, 2007, Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan dan Komitmen Terhadap Loyalitas Nasabah, *Jurnal Bisnis dan Ekonomi (JBE)* , Vol. 14, No.2, September : 215-227.

Sugiyono, 2013, *Metodologi Penelitian Bisnis*, Bandung: Penerbit Alfabeta.

_____ 1999, *Metodologi Penelitian Bisnis*, Bandung: Penerbit Alfabeta.
Hal 72 - 73.

Susanti, C., dan Tedjasuksmana, B., 2012, Effect of Knowledge on Nutrition Diet Behavior with Attitude to mediation Functional Food for Diabetes Mellitus Patients in Surabaya, *CBAM-FE UNISSULA* , Vol 1, No 1, December : 151-164.

Tulipa, D., Gunawan, S., dan Supit, V, H2014, The Influence of Store Atmosphere on Emotional Responses and Re-Purchase Intentions. *Business Management and Strategy* , Vol. 5, No. 2, 151-164.

Umar, H., 2005, *Metode Penelitian*, Jakarta : Salemba Empat.

Wijaya, A, C., Fauzi, A., dan Sunarti, 2014, Pengaruh Atmosfer Toko Terhadap Pembelian Impulsif, *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, Vol. 17 No. 2, Desember : 1 - 8.

Yamin, S., dan Kurniawan, H., 2009, *Structural Equation Modeling*, Edisi Kedua, Jakarta: Salemba Empat