

BAB 5

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan pengujian hipotesis dan pembahasan yang telah disampaikan pada bab sebelumnya, maka dapat ditarik simpulan sebagai berikut:

1. Hipotesis 1 yang menyatakan bahwa *reliability* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, diterima. Pengaruh tersebut positif dan signifikan, berarti toko yang memiliki *reliability* yang sangat baik akan membuat pelanggan merasa puas, karena *reliability* merupakan tujuan utama dari kepuasan pelanggan di Adidas Store Tunjungan Plaza Surabaya.
2. Hipotesis 2 yang menyatakan bahwa *personal interaction* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, tidak diterima. Pengaruh tersebut positif dan tidak signifikan, berarti meskipun toko memiliki *personal interaction* yang sangat baik, belum tentu pelanggan merasa puas, karena *personal interaction* mungkin bukan menjadi hal penting dari kepuasan pelanggan di Adidas Store Tunjungan Plaza Surabaya.
3. Hipotesis 3 yang menyatakan bahwa *problem solving* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, diterima. Pengaruh tersebut positif dan signifikan, berarti toko yang memiliki *problem solving* yang sangat baik akan membuat

pelanggan merasa puas, karena *problem solving* merupakan tujuan utama dari kepuasan pelanggan di Adidas Store Tunjungan Plaza Surabaya.

4. Hipotesis 4 yang menyatakan bahwa *policy* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, diterima. Pengaruh tersebut positif dan signifikan, berarti toko yang memiliki *policy* yang sangat baik akan membuat pelanggan merasa puas, karena *policy* merupakan tujuan utama dari kepuasan pelanggan di Adidas Store Tunjungan Plaza Surabaya.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan simpulan yang didapatkan, maka dapat diberikan beberapa saran yang dapat menjadi bahan pertimbangan:

1. Saran Akademis

Dari pengujian hipotesis, diketahui bahwa variabel *personal interaction* tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Adidas Store Tunungan Plaza Surabaya. Sehingga saran untuk peneliti selanjutnya jika meneliti di toko sejenis perlu mencari variabel yang lain misalnya variabel produk. Karena Adidas Store merupakan *specialty store* yang menjual barang dengan memfokuskan jenis tertentu dan memiliki nilai barang yang tinggi, sehingga barang yang dijual harus memiliki kualitas yang baik dengan begitu pelanggan akan merasa puas.

Pada penelitian ini *retail policy* diukur dengan skala kualitas layanan ritel dari Dabholkar, *et al.* (1996; pada Mahfooz 2014). Pada penelitian selanjutnya dapat menggunakan ukuran yang berbeda disesuaikan dengan konteks jenis toko yang diteliti.

2. Saran Praktis

1. Manajemen Adidas *Store* hendaknya terus meningkatkan *reliability*, karena berdasarkan statistik deskriptif variabel *reliability* diketahui bahwa *mean* tertinggi dengan nilai 3,57 adalah indikator yang menyatakan bahwa “Toko melakukan apa yang dijanjikan”. Hal ini berarti pelanggan sangat memperhatikan apa yang dijanjikan oleh Adidas *Store* Tunjungan Plaza Surabaya. Bila apa yang dijanjikan oleh toko dapat menimbulkan *reliability* positif dalam benak calon pelanggan Adidas *Store*, kecenderungan kepuasan pelanggan akan lebih besar. Sedangkan untuk *mean* terendah dengan nilai 3,42 adalah indikator yang menyatakan bahwa “Harga yang tertera pada label sesuai dengan *output* pada struk”. Hal ini berarti manajemen Adidas *Store* harus meningkatkan kesesuaian antara harga yang ada pada label dan harga yang ada pada sistem komputer. Bila kesesuaian antara harga pada label dan harga pada sistem komputer baik, kecenderungan kepuasan pelanggan akan lebih besar.

2. Manajemen Adidas *Store* hendaknya terus meningkatkan *personal interaction*, karena berdasarkan statistik deskriptif variabel *personal interaction* diketahui bahwa *mean* tertinggi dengan nilai 3,55 adalah indikator yang menyatakan bahwa “karyawan toko memiliki pengetahuan untuk menjawab pertanyaan pelanggan dan karyawan toko sigap dalam mengambil barang ke gudang”. Hal ini berarti pelanggan sangat memperhatikan pengetahuan dan kesiapan karyawan Adidas *Store* Tunjungan Plaza Surabaya. Bila pengetahuan dan kesiapan karyawan dapat menimbulkan *personal interaction* positif dalam benak calon pelanggan Adidas *Store*, kecenderungan kepuasan pelanggan akan lebih besar. Sedangkan untuk *mean* terendah dengan nilai 3,39 adalah indikator yang menyatakan bahwa “Karyawan toko selalu bersikap sopan dalam menanggapi pertanyaan dan keluhan pelanggan”. Hal ini berarti karyawan Adidas *Store* harus lebih sopan lagi dalam menanggapi pertanyaan dan keluhan pelanggan. Bila karyawan Adidas *Store* lebih sopan lagi dalam menanggapi pertanyaan dan keluhan pelanggan, kecenderungan kepuasan pelanggan akan meningkat.
3. Manajemen Adidas *Store* hendaknya terus meningkatkan *problem solving* karena berdasarkan statistik deskriptif variabel *problem solving* diketahui bahwa *mean* tertinggi dengan nilai 3,69 adalah indikator yang menyatakan bahwa “Toko menangani pengembalian dan pergantian barang”.

Hal ini berarti pelanggan sangat memperhatikan pengembalian dan pergantian barang di Adidas *Store* Tunjungan Plaza Surabaya. Bila pengembalian dan pergantian barang dapat menimbulkan problem solving positif dalam benak calon pelanggan Adidas *Store*, kecenderungan kepuasan pelanggan akan lebih besar.

Sedangkan untuk *mean* terendah dengan nilai 3,59 adalah indikator yang menyatakan bahwa “Karyawan toko menangani keluhan pelanggan dengan segera”. Hal ini berarti karyawan Adidas *Store* harus lebih tanggap dalam menangani keluhan pelanggan. Bila karyawan Adidas *Store* lebih tanggap dalam menangani keluhan pelanggan, kecenderungan kepuasan pelanggan akan lebih besar.

4. Manajemen Adidas *Store* hendaknya terus meningkatkan *policy*, karena berdasarkan statistik deskriptif variabel *policy* diketahui bahwa *mean* tertinggi dengan nilai 3,79 adalah indikator yang menyatakan bahwa “Toko menerima berbagai variasi cara/alat pembayaran”. Hal ini berarti pelanggan sangat memperhatikan variasi cara/alat pembayaran di Adidas *Store* Tunjungan Plaza Surabaya. Bila variasi cara/alat pembayaran dapat menimbulkan *policy* positif dalam benak calon pelanggan Adidas *Store*, kecenderungan kepuasan pelanggan akan lebih besar. Sedangkan untuk *mean* terendah dengan nilai 3,72 adalah indikator yang menyatakan bahwa “Toko memberikan cara pembayaran

yang fleksibel”. Hal ini berarti toko harus memberikan cara pembayaran yang lebih fleksibel lagi. Bila toko memberikan cara pembayaran yang lebih fleksibel lagi, kecenderungan kepuasan pelanggan akan lebih besar.

DAFTAR PUSTAKA

- Anh dan Tai. (2013). Enhancing Customer Satisfaction in terms of service quality in Supermarket – The case study of Big C Supermarket in HCMC. *Journal of Science Ho chi Minh City Open University*, 2, 67-78.
- Aritonang. (2011). Kebijakan Komunikasi di Indonesia: Gambaran Implementasi UU No. 14 tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik. *Jurnal Komunikasi*, 1(3), 261-286.
- Awi, Mewengkang, dan Golung. (2016). Pemanan Komunikasi Antar Pribadi dalam menciptakan Harmonisasi keluarga di desa Kimaam kabupaten Merauke. *E-journal "Acta Diurna"*, Vol. V, No. 2.
- Bakhtiar, Silviadara, dan Susanty. (2017). Perbandingan Kualitas Layanan Ritel Swalayan Menggunakan Competitive Zone of Tolerance Based dan Importance-Performance Analysis. *Jurnal Ilmiah Teknik Industri*, 16 (10), 65-72.
- Chrismardani. (2015). Mengukur Loyalitas Pelanggan Melalui Retail Service Quality. *Jurnal Neo-bis*, 9(2), 87-101.

Frankfurt. (2013). *Kalahkan Adidas, Nike Kuasai Pasar Eropa*.
Didapat dari
[http://www.tribunnews.com/bisnis/2013/11/08/kalahkan-
adidas-nike-kuasai-pasar-eropa](http://www.tribunnews.com/bisnis/2013/11/08/kalahkan-adidas-nike-kuasai-pasar-eropa), 27 Februari 2018, pukul
21.47 WIB.

Ghozali, I. 2006, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program
SPSS*, Yogyakarta: Universitas Diponegoro.

Hamdani, T. (2017). *Retail Modern Tumbuh Pesat, Menko
Darmin: Kita Akan Atur Agar Toko Tradisional Bisa
Jalan*. Didapat dari
[https://economy.okezone.com/read/2017/10/04/320/178844
6/retail-modern-tumbuh-pesat-menko-darmin-kita-akan-
atur-agar-toko-tradisional-bisa-jalan](https://economy.okezone.com/read/2017/10/04/320/1788446/retail-modern-tumbuh-pesat-menko-darmin-kita-akan-atu-agar-toko-tradisional-bisa-jalan), 17 Februari 2018,
pukul 15.20 WIB.

Iskandar dan Sugiharto. (2013). Analisa Pengaruh Faktor-faktor
Service Quality terhadap Customer Satisfaction di Restoran
Mr. Pancake Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*,
Vol. 1, 1-12.

Mahfooz. (2014). Relationship between Service Quality and Customer Satisfaction in Hypermarkets of Saudi Arabia. *International Journal of Marketing Studies*, 6(4), 10-22.

Natalia. (2018). *Pengaruh Country Image, Product Quality dan Brand Familiarity terhadap Purchase Intention Wakai Di Surabaya*. (Disertasi, Program Pascasarjana Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya, Surabaya, Indonesia). Didapat dari <http://repository.wima.ac.id/13913/>.

Priherdityo. (2016). *Kanye West 'Murka' Kepada Puma dan Nike*. Didapat dari <https://www.cnnindonesia.com/gaya-hidup/20160210133539-277-110077/kanye-west-murka-kepada-puma-dan-nike>, 11 Februari 2018, pukul 17.38 WIB.

Reza dan Barua. (2013). Impact of Service Quality on Customer Satisfaction of the Superstores in Bangladesh. *International Journal of Business Studies*, 5(3), 1-11.

Samhah, dan Suprihhadi. (2016). Pengaruh Kualitas Layanan dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen Oost Kafe Surabaya. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 5(12), 1-17.

Saputra dan Soedjono. (2014). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen PT. Adira Dinamika Multi Finance Cabang 2 Surabaya. *Jurnal Ilmu & Riset Manajemen*, 3(10), 1-19.

Sekaran, U. (2006). *Metodologi Penelitian untuk bisnis 2* Edisi ke 4, Jakarta: Salemba Empat.

Soewadji, J. (2012). *Pengantar Metodologi Penelitian*, Jakarta: Mitra Wacana Media.

Subagiyo. (2015). Pengaruh Kualitas Pelayanan Akademik dan Citra Institusi terhadap Kepuasan Mahasiswa LP31 Cilegon. *Jurnal Lentera Bisnis*, 4(1), 145-170.

Sugiyono, (1999). *Metodologi Penelitian Bisnis*, Bandung: CV. Alfabeta.

_____, (2003). *Metodologi Penelitian Bisnis*, Bandung: CV. Alfabeta.

_____, (2004). *Metodologi Penelitian Bisnis*, Bandung: CV. Alfabeta.

_____, (2012). *Metodologi Penelitian Bisnis*, Bandung: CV. Alfabeta.

_____, (2013). *Metodologi Penelitian Bisnis*, Bandung: CV. Alfabeta.

Suhardi dan Syaifullah. (2017). Public Service Quality dalam Meningkatkan Satisfaction dan Perception pada Kantor Dinas Kependudukan Kota Batam Provinsi Kepulauan Riau sebagai Service Provider. *Jurnal Ekonomi Manajemen*, 8(2), 99-112.

Suyono. (2017). Komparasi Hasil Belajar Siswa melalui Metode Problem Solving dengan Team Assisted Individualization pada Mata Pelajaran Ekonomi Kelas XI IPS di SMAN 1 Siak Hulu. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Akuntansi FKIP UIR*, 5(2), 145-153.

Tahir. (2011). *Kebijakan Publik dan Transparansi Penyelenggaraan Pemerintahan Daerah* (Cetakan Pertama). Pustaka Indonesia Press.

Umar, H. (2003). *Metode Riset Bisnis*, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.

Utami, C. W. (2006). *Manajemen Ritel: Strategi dan Implementasi Operasional Bisnis Ritel Modern di Indonesia* (edisi ke-2). Salemba Empat.

Wikipedia. (2017). *Adidas*. Didapat dari <https://id.wikipedia.org/wiki/Adidas>, 15 Februari 2018, pukul 22.30 WIB.

Wikipedia. (2017). *Toko Khusus*. Didapat dari https://id.wikipedia.org/wiki/Toko_khusus, 15 Februari 2018, pukul 22.20 WIB.

Wikipedia. (2018). *Tunjungan Plaza*. Didapat dari https://id.wikipedia.org/wiki/Tunjungan_Plaza, 15 Februari 2018, pukul 22.45 WIB.

Wisnubrata. (2017). *NMD, Sneakers Adidas yang paling dicari*. Didapat dari <http://lifestyle.kompas.com/read/2017/07/18/004634520/nmd-sneakers-adidas-yang-paling-dicari->, 15 Februari 2018, pukul 22.35 WIB.