

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 model*, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. *Customer experience management* berpengaruh secara positif terhadap *customer affection* pada konsumen toko Kettler di Surabaya. Pembentukan pengalaman konsumen dilakukan untuk *specialty store* yang menjual peralatan kebugaran khususnya toko Kettler, agar sisi afeksi konsumen yang berkaitan dengan interaksi karyawan mampu membentuk respon yang positif konsumen. Interaksi karyawan dengan konsumen dengan memberikan pelayanan dan perhatian yang baik menimbulkan rasa ingin untuk membeli dan memiliki barang yang di jual. Pengalaman konsumen yang rasakan ketika beradaptasi dengan atmosphere toko Kettler mampu membuat rasa nyaman untuk konsumen.
2. *Customer experience management* berpengaruh secara positif terhadap *customer cognition* pada konsumen toko Kettler di Surabaya. Pengalaman konsumen terbentuk dari segala informasi yang berkaitan dengan spesifikasi produk yang dijual meliputi cara pengoperasian alat kebugaran, kelebihan kegunaan alat, harga, kelengkapan barang yang dijual. Dalam sisi kognisi konsumen melibatkan cara berpikir atas informasi akan spesifikasi produk yang dijual toko Kettler.

3. *Customer affection* berpengaruh secara positif terhadap *customer satisfaction* pada konsumen toko Kettler di Surabaya. Kepuasan konsumen dapat timbul dari perasaan ketika berada pada toko maupun saat mengkonsumsi produk setelah membeli dari toko. Sisi afeksi konsumen perlu di bentuk melalui interaksi karyawan dengan konsumen. Perhatian dan pelayanan yang diberikan untuk konsumen pada toko Kettler harus melebihi ekspektasi dari konsumen. Dengan layanan yang prima diharapkan kepuasan pada konsumen toko Kettler dapat dipertahankan
4. *Customer cogniton* berpengaruh secara positif terhadap *customer satisfaction* pada konsumen toko Kettler di Surabaya. Kognisi berkaitan dengan cara berpikir konsumen untuk menentukan maupun membandingkan kepuasan yang timbul sesuai dengan harapannya. Cara toko Kettler membentuk respon kognisi konsumen yang positif yaitu dengan memberikan segala informasi yang perlu disampaikan agar memudahkan konsumen menentukan pilihan membeli barang sesuai dengan kegunaannya. Pemahaman konsumen akan informasi pengoperasian alat kebugaran akan menimbulkan kepuasan layanan secara keseluruhan.
5. *Customer experience management* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer satisfaction* melalui *customer affection* di Surabaya. Afeksi konsumen memiliki pengaruh tidak langsung dari pembentukan pengalaman konsumen terhadap kepuasan konsumen. Respon afeksi konsumen perlu dalam hal ini memiliki peranan membentuk kepuasan konsumen dengan cara pelayanan dan interaksi karyawan yang komunikatif dengan konsumen.

6. *Customer experience management* berpengaruh positif terhadap *customer satisfaction* melalui *customer cognition* pada konsumen toko Kettler di Surabaya. Kognisi konsumen memiliki pengaruh tidak langsung dari pembentukan pengalaman konsumen terhadap kepuasan konsumen. Respon kognisi konsumen perlu dalam hal ini memiliki peranan membentuk kepuasan konsumen dengan cara karyawan selalu diberikan pelatihan untuk mempelajari spesifikasi barang yang di jual di toko Kettler.

5.2. Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka saran yang dapat diberikan adalah:

1. Saran Akademis
 - a. Hasil penelitian ini digunakan untuk sumber referensi bagi penelitian yang sejenis khususnya upaya membangun kepuasan konsumen pada *specialty store*.
 - b. Disarankan untuk mengembangkan penelitian Customer Loyalty sebagai variabel antededen berdasarkan teori-teori tentang kepuasan yang menimbulkan loyalitas konsumen.
2. Saran Praktis

Disarankan pentingnya koordinasi manajemen toko Kettler untuk tetap menjaga kepuasan konsumen. Khususnya *resources based* dalam bidang jasa yaitu karyawan agar tetap memberikan pelayanan yang baik bagi konsumen dan perlunya evaluasi akan setiap atribut toko yang ada.

DAFTAR KEPUSTAKAAN

- Agbor, J., Manyi & Eriksson, J., 2011, The relationship between customer satisfaction and service quality: a study of three service sectors in Umea, Umea school of bussines.
- B, Kamaladevi., 2009, Customer Experience Management in Retailing, *Business Intelligence Journal*, Vol. 3, No. 1, Januari: 37-54.
- Dwiasuti, Shinta, Isaskar, 2012, Ilmu Perilaku Konsumen, Malang: Universitas Brawaijaya
- McGoldrick, J., Peter, 2002, *Retail Marketing*, New York, McGraw-Hill Education.
- Peter, J., Paul. & Olson, Jerry, C., tanpa tahun. *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran* Terjemahan oleh Diah Tantri Dwiandani. 2013., Jakarta: Salemba Empat.
- Puccinelli A., Goodstein B., Grewal C., Price D., Raghubir E., Stewart F., 2009, Customer Experience Management in Retailing: Understanding the Buying Process, *journal of retailing*, Vol. 85, Januari: pp 15-30.
- Schiffman, dan Kanuk, 2007, Consumer Behaviour.
- Sugiyono, 2004, *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Sulistyaningrum, 2012, Metode Penelitian, pp 90-117
- Susanti dan Tedjasuksmana, 2012, Effect Knowledge Nutrition, Vol.1, Desember: pp 151-164
- Siringoringo, 1., Dharmmesta, 2., Sugiharto, 3., 2008, Model Pengaruh Persepsi akan Toko Ritel Modern pada Pengalaman Berbelanja, Oktober: pp 1-11
- Tang, M., 2010, The Experience Design of Carnival in Aalborg, Oktober: pp 2-163

- Verhoef, A., Lemon, B., Parasuraman, C., Roggeveen D., Tsiros, C., dan Schlesinger, D., 2009, Customer Experience Creation: Determinants, Dynamics and Management Strategies, *journal of retailing*, Vol. 85, Januari: pp 31-41.
- Wijaitthamarit, 1., dan Taechamaneestit, 1., 2012, Customer Experience Management Influences Customer Loyalty: Case Study of Supercenters in Thailand, Vol 50, November: pp 47-52.
- Yamin, dan Kurniawan, 2009, *Structural Equation Modeling*. Jakarta: Salemba Empat.
- AIA, 2014, Survei Indeks Pola Hidup Sehat Fokus Penemuan di Indonesia, di akses 5 Mei 2014, http://www.aiafinancial.co.id/id/resources/30f22200423d273fa2b8ea0f2cbf0f90/AIA_Healthy_Living_Index_Survey_2013.pdf.
- Brand, 2012, Top Brand Award, di akses 5 Mei 2014, http://www.topbrand-award.com/top-brand-survey/result/top_brand_index_2012_fase_2.
- Rahayu, 2012, Penetrasi Industri Kebugaran di Indonesi hanya 1%, di akses 5 Mei, 2014, <http://swa.co.id/corporate/corporate-action/penetrasi-industri-kebugaran-di-indonesia-hanya-1>.
- RumahFitnes.com, 2012, Perkembangan Fitness Center di Indonesia, di akses 5 Mei, 2014, <http://rumahfitnes.com/perkembangan-fitness-center-di-indonesia.html>.
- Toro, 2014, Customer Experience Management, di akses 5 Mei 2014, <http://kreatif.com/customer-experience-management/>.
- , 2014, Kettler Fitness, di akses 5 Mei 2014, http://www.fitness-superstore.co.uk/21-kettler/products/0_0b.html.