

## **BAB V**

### **SIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1. Simpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada bab 4 dapat ditarik beberapa kesimpulan guna menjawab rumusan masalah. Beberapa kesimpulan tersebut terdiri dari :

1. Terdapat perbedaan kepuasan konsumen pada harga antara toko khusus elektronik dan *Hypermarket*. Pada toko khusus elektronik sebagian besar pelanggan lebih puas akan harga yang terjangkau, sedangkan pada *Hypermarket* sebagian besar responden lebih puas akan kesesuaian harga jual dengan daya beli.
2. Terdapat perbedaan kepuasan konsumen pada *product assortment* antara toko khusus elektronik dan *Hypermarket*. Pada toko khusus elektronik sebagian besar pelanggan lebih puas akan kelengkapan jenis produk, sedangkan pada *Hypermarket* sebagian besar responden lebih puas akan kelengkapan merek produk.
3. Terdapat perbedaan kepuasan konsumen pada kualitas produk antara toko khusus elektronik dan *Hypermarket*, dimana sebagian besar pelanggan puas akan model produk dengan varian yang menarik.
4. Terdapat perbedaan kepuasan konsumen pada pelayanan antara toko khusus elektronik dan *Hypermarket*, dimana sebagian besar pelanggan puas dengan ketanggapan karyawan akan permintaan konsumen.

## 5.2. Saran

Saran yang dapat diberikan atas dasar hasil penelitian ini, adalah sebagai berikut :

1. Toko elektronik dan *Hypermarket* terus dapat menawarkan harga elektronik yang terjangkau dan mempertahankan harga penjualan tetap stabil serta mengadakan diskon yang menarik sehingga dapat menarik daya beli bagi konsumen.
2. Toko elektronik dan *Hypermarket* harus senantiasa menyediakan stok barang elektronik yang lebih sebagai cadangan dan lebih lagi untuk menyediakan produk–produk elektronik guna untuk menarik daya beli konsumen.
3. Toko elektronik dan *Hypermarket* untuk terus dapat menjaga kualitas produk elektronik tetap utuh tanpa lecet sedikit pun, baik saat pemesanan sampai dengan pengiriman bahkan penjualan produk. Dengan demikian konsumen dapat mempercayai bahwa produk–produk yang ditawarkan sungguh berkualitas.
4. Hasil penelitian ini dapat menjadi bahan pertimbangan konsumen untuk memilih toko elektronik yang sesuai dengan kebutuhan dengan meninjau sejauh mana harga, keberagaman produk, kualitas produk dan pelayanan yang diberikan sesuai dengan apa yang diharapkan.
5. Diharapkan konsumen lebih memperhatikan dan meninjau harga, keberagaman produk yang ditawarkan, kualitas produk pada tiap-tiap toko maupun pelayanan yang diberikan agar dapat lebih meningkatkan kepuasan konsumen tersebut dalam membeli barang elektronik.
6. Diharapkan pada penelitian selanjutnya yang ingin melakukan penelitian sejenis terlebih dahulu untuk menentukan produk dan brand yang diteliti

agar konsumen memiliki persepsi produk yang sama ketika mengisi kuesioner.

7. Diharapkan penelitian selanjutnya yang ingin melakukan penelitian sejenis agar lebih mengembangkan penelitian dengan menambahkan variabel lainnya yang dapat berhubungan dengan kepuasan konsumen dengan menggunakan obyek lainnya

8. Diharapkan agar Toko elektronik dan *Hypermarket* mempertimbangkan dan memilih supplier yang akan digunakan untuk memasok barang-barang elektronik, dimana supplier yang memasok dapat menjamin kualitas barang yang dipasok.

## DAFTAR PUSTAKA

- Bollen, K. A. 1989. *Structural Equations with Latents Variables*. New York: John Wiley & Sons.
- Dharmmesta, B.S., dan T.H Handoko. 2000. *Manajemen Pemasaran: Analisa Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Badan Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Gajah Mada.
- Engel, J.F., R.D Blackwell., and P.W Miniard. 1995. *Perilaku Konsumen*, Terjemahan Budiyanto. Jakarta: Binarupa Aksara.
- Ghozali, I. 2009. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*, Edisi Keempat. Semarang: Penerbit Universitas Diponegoro.
- Handoko, T. Hani. 2000. *Manajemen Personalia dan Sumberdaya Manusia*, Edisi II, Cetakan Keempat Belas. Yogyakarta: Penerbit BPFE.
- Huddleston, P., J. Whipple., R. N Mattick., S.J Lee. 2009. Customer Satisfaction in Food Retailing: Comparing Specialty And Conventional Grocery Stores. *International Journal of Retail & Distribution*, Vol. 37 No. 1, pp. 63-80.
- Kotler, P. 2000. *Marketing Management*, Edisi Milenium, International Edition. New Jersey: Prentice Hall. International, Inc.
- \_\_\_\_\_, 2006. *Manajemen Pemasaran*, Terjemahan Benyamin Molan, Jilid 1, Edisi Kedua Belas. Jakarta: Penerbit Indeks.
- \_\_\_\_\_, 2007. *Manajemen Pemasaran Analisis Perencanaan Dan Pengendalian*, Edisi Milinium, Jilid 1. Jakarta: Prehallindo.
- \_\_\_\_\_, 2009. *Marketing Management*, Terjemahan Bob Sabran, Edisi Ketiga Belas. Jakarta: Erlangga.
- Mailool, Benjamin. 2009. *Omzet Penjualan Retail*. Available on: <http://bataviase.co.id/node/25547> (diakses tanggal 4 Januari 2014).

- Pandin, Marina L. 2009. *Potret Bisnis Ritel Di Indonesia: Pasar Modern*. Available on: <http://www.academia.edu> (diakses tanggal 5 Maret 2014)
- Pujiastuti, E. 2012. Analisis Variabel Pembentuk Persepsi Konsumen Pada Ritel Hypermarket Di Lebak Bulus. *Skripsi*. Fakultas Ekonomi Universitas Gunadarma.
- Samuel, Hatane. 2006. Ekspektasi Pelanggan dan Aplikasi Bauran Pemasaran Terhadap Loyalitas Toko Moderen dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Intervening (Studi Kasus pada Carrefour di Surabaya). *Jurnal Manajemen Pemasaran*, Vol.1, No.2, p.53-64
- Silalahi, G. A. 2003. *Metodologi Penelitian dan Studi Kasus*, cetakan pertama. Sidoarjo: CV. Citramedia.
- Spraeng, R. A., S.B Mackenzie., Richard W. Olshavsky. 1996. "A Reexamination of the Determinants of Consumer Satisfaction", *Journal of Marketing*, Vol. 60, p. 15-32.
- Stanton, William J. 2000. Prinsip Pemasaran, Edisi Ketujuh. Jakarta: Erlangga.
- Sugiarso, E. 2002. *Psikologi Pelayanan Dalam Industri Jasa*. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiyono. 2003. *Statistik Untuk Penelitian*. Bandung: CV.Alfabeta.
- \_\_\_\_\_, 2004. *Metode Penelitian Bisnis*, Cetakan Pertama. Bandung: CV. Alfabeta.
- Sujarweni V. Wiratna. 2008. Belajar Mudah SPSS Untuk Penelitian, Cetakan Pertama. Yogyakarta: Penerbit Ardana Media.
- Supranto, J. 2000. *Teknik Sampling untuk Survei dan Eksperimen*. Jakarta: Rineka Cipta.

- Tjiptono, F. 2000. *Strategi Pemasaran*, Edisi Kedua. Yogyakarta: Andi Offset.
- \_\_\_\_\_, 2005. *Pemasaran Jasa*, Edisi Pertama. Malang: Banyumedia Publishing.
- Tjiptono, F., G Chandra. 2011. *Service, Quality & Satisfaction. Edisi Ketiga*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tse, David K., P.C. Wilson. 1988. "Model of Consumer Satisfaction Formation: An Extention", *Journal of Marketing Research*, Vol. 25, pp. 12-24.
- Tulus, Tambunan T.H. 2004. *Kajian Persaingan Dalam Industri Retail*. Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU).
- Utami, Christina Whidya. 2010. *Manajemen Ritel: Strategi dan Implementasi Operasional Bisnis Ritel Modern di Indonesia Edisi 2*. Jakarta: Salemba Empat