

BAB 5

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan dapat diperoleh simpulan sebagai berikut :

- 1) Citra toko berpengaruh secara signifikan terhadap kepercayaan pelanggan, sehingga, hipotesis 1 yang menyatakan citra toko memiliki pengaruh positif terhadap kepercayaan pelanggan *Carrefour* Bubutan diterima. Dengan demikian apabila citra toko semakin baik maka kepercayaan pelanggan juga bertambah
- 2) Citra toko tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan, sehingga hipotesis 2 yang menyatakan citra toko memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan *Carrefour* Bubutan ditolak. Hal tersebut dikarenakan disetiap toko dipengaruhi sumber daya manusia mungkin kurang memperhatikan kepuasan pelanggan dalam hal pelayanan maupun kelengkapan produk dibandingkan dengan toko lainnya.
- 3) Kepercayaan pelanggan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan, sehingga hipotesis 3 menyatakan kepercayaan pelanggan memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan *Carrefour* Bubutan diterima. Dengan demikian apa bila kepercayaan pelanggan meningkat maka pelanggan akan semakin merasa puas.
- 4) Citra toko tidak berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan, sehingga hipotesis 4 yang menyatakan citra toko memiliki pengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan *Carrefour* Bubutan

ditolak, hal ini dikarenakan banyaknya persaingan dibidang yang sama dan setiap ritel akan berusaha menarik pelanggan dari pesaingnya.

- 5) Kepercayaan pelanggan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan *Carrefour* Bubutan ditolak. Hal ini dikarenakan pelanggan yang mempunyai kepercayaan yang tinggi namun tidak menemukan hasil yang memuaskan, maka akan mengakibatkan loyalitas pelanggan berkurang.
- 6) Kepuasan pelanggan tidak berppengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan, sehingga hipotesis 6 menyatakan kepuasan pelanggan memiliki pengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan *Carrefour* Bubutan ditolak. Hal ini menunjukkan konsumen merasa puas belum tentu mereka akan loyal terhadap suatu ritel, karena banyaknya pesaing pada saat ini.

5.2 Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan maka saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut :

- 1) Sebaiknya *Carrefour* Bubutan harus menjaga dan mengawasi secara berkala untuk kualitas dari barang dagang yang berada dalam toko untuk menjaga citra toko dimata pelanggan.
- 2) Sebaiknya *Carrefour* Bubutan melakukan monitoring terhadap produknya. Dengan cara menugaskan karyawannya untuk membuat database yang berisikan masa *expired* barang dagangannya.
- 3) Sebaiknya *Carrefour* Bubutan memiliki motivasi atau tujuan utama untuk memuaskan pelanggan maupun konsumen yang berbelanja di *Carrefour* Bubutan (misalnya dengan pelayanan yang baik agar pelanggan memberikan pelayanan yang baik dan memuaskan dan

memiliki program pemasaran di *Carrefour* Bubutan) maupun konsumen akan melakukan pembelian kembali di *Carrefour* Bubutan.

- 4) Sebaiknya *Carrefour* Bubutan membuat program maupun pegawai yang memperhatikan kepuasan pelanggan untuk membuat peluang agar para masyarakat memproitkan untuk berbelanja di *Carrefour* Bubutan dan tidak berbelanja di ritel kompetitor dari *Carrefour*.
- 5) Saran-saran dari setiap variabel dapat disimpulkan bahwa, citra toko yang baik akan menimbulkan kepercayaan pelanggan maupun konsumen terhadap *Carrefour* Bubutan dan menimbulkan kepuasan pelanggan maupun konsumen yang berbelanja di *Carrefour* Bubutan. Kepuasan pelanggan maupun konsumen akan mengakibatkan loyalitas terhadap *Carrefour* Bubutan yang mengakibatkan pembelian kembali dan promosi dari pelanggan maupun konsumen dari *Carrefour* Bubutan.

DAFTAR KEPUSTAKAAN

- Astuti, S.Wahyuningsih. dan Setiawan, F., 2007, Analisis Pengaruh Citra Toko Terhadap Loyalitas Pelanggan Hypermarket Carrefour ITC Surabaya Mega Grosir, *Jurnal Ekstra*, Tahun XVII, No. 3: 320-332.
- Baker, Parasuraman, Grewal dan Voss., 2002, "Exploring retail format choice among US males", *Emerald* 39, (2002)
- Ball, D., Coelho, P. S., and Machas, A. 2004. "The Role of Communication and Trust in Explaining Customer Loyalty", *European Journal of Marketing*, Vol. 38 No. 9, pp. 1272-1293. Bellenger, Danny, N dan GoldStucker., Jac, L., 2002., hal. 72. *Retailing Basic*. Penerbit: Ricchard d Irwin inc
- Beneke, J., Adams, E., Demetriou, O., dan Solomons., R., 2011., An Exploratory Study Of The Relationship Between Store Image, Trust, Satisfaction, and Loyalty in a Franchise Setting., *Southern African Business Review*, Vol. 15 No. 2., hal. 59-73.
- Bellenger, Danny, N dan GoldStucker., Jac, L., 2002., hal. 72. *Retailing Basic*. Penerbit: Ricchard d Irwin inc.
- Blomer, J., Ruyter, K and Wetzels, M. 1998., "On The Relationship Between Perceived Service Quality, Service Loyalty and Switching Costs",. *International Journal of Industry Management*, Vol.9/ No. 5.
- Bowen, JT., dan Chen, 2001, *The Relationship Between Customer Loyalty and Customer Satisfaction*", *International Journal o Comtemporary Hospitaly Management*, may.
- Chen, S.C dan Dillon, G. Singh., 2003, Interpreting Dimensions of Consumer Trust In E-Commerce", *Information Technology and Management*, Vol. 4, No, 23: 303-318.
- Dietz, Graham dan Deanne.N.Dean.Hartog.Measuring Trust Inside Organizations.(ON-LINE).
[http://www.emeraldinsight.com/insight.viewcontentServletFilename=publishedemeraldfulltextarticle.pdf0140350504.pdf](http://www.emeraldinsight.com/insight/viewcontentServletFilename=publishedemeraldfulltextarticle.pdf0140350504.pdf),30 januari 2013.

- Durianto, Darmadi, Sugianto dan Dony Sitinjak, 2001, *Strategi Menaklukan Pasar melalui Riset dan Ekuitas Merek*, Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Fathonah, S., 2009., Pengaruh Hedonic Shopping Motivations Dan Store Attributes Terhadap Shopper Loyalty. *Jurnal Siasat Bisnis*. Vol. 13 No. 3, Hal. 287–300.
- Flavianus dan Guinaliu.. 2005 PEMBELIAN (ON-LINE). <http://agraameilia.wordpress.com/page/3/>
- Fuad, SET, Msi & Prof Dr.H.imam Ghozali, 2005, *Structural Equation Modeling Teori Konsep & Aplikasi Dengan Program Lisrel 8.54*, Semarang:Badan Penebit Universitas Dipenogoro
- Ganesan, S. (1994), *Determinants of Longterm Orientation in Buyer-SellerRelationship*, *Journal Marketing* Vol 58, pp. 1-19.
- Griffin, J., 2002 *Customer Loyalty: Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*. Jakarta: Penerbit Erlangga
- Griffin, J., 2005 *Customer Loyalty: Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*. Jakarta: Penerbit Erlangga
- Gupta, S. & Pirsch, J. 2008. The Influence of a Retailer's Corporate Social Responsibility Program on Re-conceptualizing Store Image', *Journal of Retailing and Consumer Services*, 15(6): 516.
- Guenzi, Paolo dan Ottavia Pelloni, 2003." *Interpersonal Relationship and Customer Loyalty : A Comprehensive Model and Empirical Investigation*", paper, Istituto di Economia e Gestione delle Impresse, Universita Commerciale Luigi Bocconi, Millano, Italy.
- Hair et al., (1998), *Multivariate Data Analysis*, Fifth Edition, Prentice Hall, Upper Saddle River : New Jersey.
- Hair, J. F. JR., Anderson, R. E., Tatham, R. L., dan Black, W. C., 2006., *Multivariate Data Analysis*. 6th Edition. New Jersey: Pearson Education.

- Hatane Samuel. 2006. Ekspektasi Pelanggan Dan Aplikasi Bauran Pemasaran Terhadap Loyalitas Toko Moderen Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Intervening (Studi Kasus Pada Hypermarket Carrefour Di Surabaya). *Jurnal Manajemen Pemasaran*. 1(2): 53-64
- Hawkins RG, Houston MC, Basile J, Bestermann WH, Egan B, Lackland D, et al(2005). *Addressing the global cardiovascular risk of hypertension, dyslipidemia, and insulinresistance in the southeastern United States*. *Am J Med Sci*329, 276–291
- Hawkins RG, Houston MC, Basile J, Bestermann WH, Egan B, Lackland D, et al(2005). *Addressing the global cardiovascular risk of hypertension, dyslipidemia, and insulinresistance in the southeastern United States*. *Am J Med Sci*329, 276–291
- Herbig, Paul, John Milewicz and Jim Golden, 1994, “A Model of Reputation Building and Destruction”, *Journal of Business Research*, Vol.31, June 1994, No.1; p.23-31
- Huddleston, P., Whipple, J., Mattick, R. N., dan Lee, S. J., 2008., Customer Satisfaction In Food Retailing: Comparing Specialty And Conventional Grocery Stores. *International Journal of Retail & Distribution Management*. Vol. 3 No. 1, pp. 63 – 80.
- Hurriyati, Ratih, (2005), Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen, Bandung. Alfabeta
- Koo, Dong-Mo. 2003. Inter-relationship Among Store Images, Store Satisfaction, and Store Loyalty among Korea Discount Retail Patrons, *Asia Pasific Journal of Marketing and Logistic*, Vol 15 No.4. Edition 14. pp. 42-71. Kolter, P., 2000, *Marketing Management*, International Edition, Prentice- Hall, Englewood Cliffs, NJ.
- Kotler, P., 2002., *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Prenhallindo.
- Kotler, P., 2006, *Manajemen Pemasaran*, Edisi kesebelas, Jakarta: PT. Indeks
- Kuncoro. 2001. *Metode Kuantitatif*. Yogyakarta: Unit Penerbit dan Percetakan AMP YKPN.

- Kusnendi, Dr., 2008, Model-Model Persamaan Struktural, Satu dan Multigroup Sampel dengan Lisrel, Bandung : Alfabeta
- Lehu, Jean Marc & Bressoud, Etienne., (2007). The Product Placement Efficiency As A Result of A Relationship Between A Spectator and A Movie. Portugal
- Lehu, Jean-Marc., 2001. *Branded Entertainment: Product Placement and Brand Strategy in Entertainment Business*. Bodmin, Cornwall,
- Liljander, V., Polsa, P., dan Riel, A. V., 2009., Modelling Consumer Responses To An Apparel Store Brand: Store Image As A Risk Reducer. *Journal of Retailing and Consumer Services*, Vol. 16, No. 4, pp. 281-290
- Ma'ruf, H., 2006., *Pemasaran Ritel*. Jakarta: Penerbit PT.Gramedia Pustaka Utama.
- Morgan, R.M., & Hunt. S.D., (1994), *The Commitment-Trust of The Relationship Marketing*, Journal of Marketing, July, Vol. 58, No.3, pp.20-38.
- Mowen, Maryanne M., 1995, *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*, Jakarta: Pustaka Ilmu
- Mowen & Minor. 1998. *Consumer Behavior 5th edition*. New Jersey: Prentice-Hall.
- Mowen, John C. dan Michael Minor, 2002, *Perilaku Konsumen*, Jilid 1, Edisi kelima, Jakarta : Penerbit Erlangga
- Morgan, Robert M and Shelby Hunt. 1994. *The Commitment-Trust Theory of Relationship Marketing*. *Journal of Marketing* 58: 20-38
- Musanto, T., 2004, Faktor-Faktor Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan: Studi Kasus Pada CV. Sarana Media Advertising Surabaya., *Jurnal Manajemen & Kewirausahaan*. Vol. 6, No. 2, September 2004: 123 – 136.

- Nasution Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen (ON-LINE)<http://skripsi-manajemen.blogspot.com/2011/03/faktor-mempengaruhi-kepuasan-konsumen.html>, 2012
- Peter, J. Paul dan Jerry Olson., 2002, *Consumer Behavior*, Edisi keenam, New York: McGraw-Hill.
- Puspa, Ratih., 2012. Hubungan yang Timbang antara CSR, Antaretnis, dan Iklan Korporat. *Jurnal Masyarakat dan Kebudayaan Politik*. Vol 25, No. 1 2012:61-77
- Puspa, Ratih., 2007. “*Personal Influence and Power Distance: Acknowledging Local Cultures Influence in Conceptual Public Relations Practices in Asian Countries*” *Jurnal Ilmu Komunikasi*, Vol 4, No. 1, hal 96-99.
- Ramsey, Rosemary P. and Ravipreet S. Sohi (1997). “Listening to Your Customers: The Impact of Perceived Salesperson Listening Behavior on Relational Outcomes,” *Journal of the Academy of Marketing Science*, 25:2, 127-137.
- Semuel, Hatane. 2006. Ekspektasi Pelanggan dan Aplikasi Bauran Pemasaran Terhadap Loyalitas Toko Moderen dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Intervening Studi Kasus *Hypermarket Carrefour* di Surabaya), *Jurnal Manajemen Pemasaran*, Vol.1 No.2
- Setiawan, M. B., dan Sudarsono, B., 2007., Analisis Pengaruh Keefektifan Komunikasi, Kualitas Layanan, Dan Kepercayaan Terhadap Komitmen Keterhubungan (Studi Pada Stie Stikubank Semarang). *Jurnal Bisnis dan Ekonomi.*, Vol. 14 No. 1, hal. 66 – 89.
- Silalahi, G. A., 2003., *Metode Penelitian Dan Studi Kasus*. Sidoarjo: Citra Media
- Sirdeshmukh, D,m Singh, J., Sabol B. (2002), “*Consumer Trust, Value and Loyalty in Relational Exchanges*”. *Journal of Marketing*, *VOl 66 No.1, pp. 15-37*
- Sugiyono., 2004., *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.

- Sugiarto, Sitinjak JR Tumpal, (2006), Lisrel, Yogyakarta: Graha Ilmu.
Utami, C. W., 2006. *Manajemen Ritel: Strategi dan Implementasi Ritel Modern*. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.
- Ulrich R.Orth, Mark.T.Green. 2008. *Consumer loyalty to family versus non-family business: The roles of store image,trust and satisfaction*. *Journal of Retailing and Consumer Services*. 12(2): 1-12
- Utami, Whidya, (2006), “Manajemen Ritel, Strategi dan Implementasi Ritel Modern”, Jakarta : Salemba Empat.
- Wijono., 2000 *Manajemen Mutu Pelayanan Kesehatan, Teori Strategi dan Aplikasi* Volume I. Surabaya: Airlangga
- Wong, A., dan Dean, A 2009. Enhancing value for Chinese shoppers: The contribution of store and customer characteristics. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 16(2), 123-134
- Yamin, Sofyan & Kurniawan., (2009), *SPSS Complete*. Jakarta: Salemba Infotek
- Yoon, K., Mckinney, V and F.M Zahedi. 2002. *The Measurement of Web satisfaction : An Expectation and Disconformation Approach*. *Information System Research*. Vol 13. No. 3