

BAB 5

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan dapat diambil beberapa kesimpulan antara lain:

1. *Reference group* memiliki pengaruh terhadap Niat beli Ulang konsumen pada produk Hartono Elektronik. Hal ini menunjukkan bahwa Niat beli Ulang konsumen dapat dibentuk melalui *reference group* konsumen. Dengan demikian hipotesis pertama “Terdapat pengaruh *reference group* konsumen terhadap Niat beli Ulang konsumen pada produk Hartono Elektronik”, dinyatakan diterima.
2. *Service quality* berpengaruh terhadap kepuasan konsumen produk Hartono Elektronik. Hal ini menunjukkan bahwa kepuasan konsumen dapat dibentuk melalui *service quality* konsumen. Dengan demikian hipotesis kedua “Terdapat pengaruh *service quality* terhadap kepuasan konsumen produk Hartono Elektronik”, dinyatakan diterima.
3. *Store atmosphere* berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pengguna produk Hartono Elektronik. Hal ini menunjukkan bahwa kepuasan konsumen pengguna produk Hartono Elektronik dapat dibentuk melalui *store atmosphere*. Dengan demikian hipotesis ketiga “Terdapat pengaruh *store atmosphere* terhadap kepuasan konsumen produk Hartono Elektronik”, dinyatakan diterima.

4. *Service quality* berpengaruh terhadap Niat beli Ulang produk Hartono Elektronik. Hal ini menunjukkan bahwa Niat beli Ulang dapat dibentuk melalui *service quality* konsumen. Dengan demikian hipotesis keempat “Terdapat pengaruh *service quality* terhadap Niat beli Ulang produk Hartono Elektronik”, dinyatakan diterima.
5. *Store atmosphere* berpengaruh terhadap Niat beli Ulang produk Hartono Elektronik. Hal ini menunjukkan bahwa Niat beli Ulang produk Hartono Elektronik dapat dibentuk melalui *store atmosphere*. Dengan demikian hipotesis kelima “Terdapat pengaruh *store atmosphere* terhadap Niat beli Ulang produk Hartono Elektronik”, dinyatakan diterima.
6. Kepuasan konsumen berpengaruh terhadap Niat beli Ulang produk Hartono Elektronik. Hal ini menunjukkan bahwa Niat beli Ulang pengguna produk Hartono Elektronik dapat dibentuk melalui kepuasan konsumen. Dengan demikian hipotesis keenam “Terdapat pengaruh kepuasan konsumen terhadap Niat beli Ulang produk Hartono Elektronik”, dinyatakan diterima.

5.2 Saran

Saran pada penelitian ini terdiri dari dua bagian yaitu saran praktis dan saran akademis.

5.2.1 Bagi Perusahaan

Beberapa saran yang dapat diberikan kepada perusahaan untuk melakukan perbaikan adalah sebagai berikut:

1. Diharapkan agar Hartono Elektronik dapat meningkatkan kualitas pelayanan khususnya pada kemudahan mengakses website untuk memudahkan konsumen mencari informasi mengenai produk.
2. Diharapkan agar perusahaan dapat meningkatkan *Store Atmosphere* dalam ruangan dengan memberikan pengharum ruangan sehingga dapat mempengaruhi konsumen dalam melakukan Niat beli Ulang.

5.2.2 Bagi Pembaca dan Pihak Lain

Berikut adalah beberapa saran akademis yang berguna bagi penelitian selanjutnya:

1. Penelitian yang akan datang dalam pengambilan data primer tidak hanya dengan kuesioner, perlu dengan observasi lapangan dan wawancara langsung ke responden sehingga hasil analisis yang diperoleh menjadi komprehensif dengan mengetahui keinginan *store atmosphere* di Hartono Elektronik.
2. Penelitian yang akan datang sebaiknya memperbanyak variabel-variabel lainnya yang mempengaruhi kepuasan konsumen dan Niat beli Ulang produk elektronik di Hartono, sehingga nantinya dapat membantu pihak manajemen pemasaran dan sumber daya manusia di Hartono Elektronik untuk lebih meningkatkan ISO.

DAFTAR PUSTAKA

- Baden, F. L., A. Spiller., A. Zühlsdorf., dan M. Mellin. 2008. “Customer Satisfaction in Farmer-to-Consumer Direct Marketing”, *International Food and Agribusiness Management Review*, Vol. 11, Issue 2.
- Bearden, W. O., dan M. J. Etzel. 1982. “Reference Group Influence on Product and Brand Purchase Decision”, *Journal of Consumer Research*, Vol. 9, September 1982.
- Bollen, K. A. 1989. *Structural Equation with Latent Variables*, Departement of Sociology. NJ : John Wiley & Sons.
- Cobb-Walgren, Cathy, Cynthia A. Ruble, dan Naveen Donthu. 1995. “Brand Equity, Brand Preference and Purchase Intent”, *Journal of Advertising*, 24 (3), p.25-40.
- Cronin, J. J. Jr., M. K. Brady., dan G. T. M. Hult. 2000. “Assessing the Effects of Quality, Value, and Customer Satisfaction on Consumer Behavioral Intentions in Service Environments”, *Journal of Retailing*, Volume 76(2) pp. 193–218, ISSN: 0022-4359.
- Deng, Z. H., Y. B. Lu., K. W. Wei. 2010. “Understanding customer satisfaction and loyalty: An empirical study of mobile instant messages in China”, *International Journal of Information Management*, 30, hal. 289–300
- Dharmmesta, B. S., dan T. H. Handoko. 2000. *Manajemen Pemasaran, Analisa Perilaku Konsumen*. Yogyakarta : BPFE.
- Dodds, B., Monroe Kent B., dan Dhruv Grewal. 1991. “Effect of Price, Brand, and Store Information on Buyers’ Product Evaluations”, *Journal of Marketing Research*, 28 (August), p.307-319.

- Durianto, Darmadi, et al. 2001. *Strategi Menaklukkan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Ekawatiningsih, P., K. Komariah., dan S. Purwanti. 2008. *Restoran*. Jakarta: Direktorat Pembinaan Sekolah Menengah Kejuruan.
- Engel, J, F., R. D. Blackwell., dan P. W. Miniard. 1994. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Bina Rupa Aksara.
- _____. 1995. *Consumen Behavior*. Jakarta: Bina Rupa Aksara.
- Ferdinand, A. 2000. *Structural Equation Modelling dalam Penelitian Manajemen*. Semarang : Universitas Diponegoro.
- _____. 2002. *Structural Equation Modeling dalam Penelitian Manajemen dalam penelitian manajemen*. Semarang: UNDIP.
- Foster, B. 2008. *Manajemen Ritel*. Bandung: Alfabeta.
- Ghozali, U., dan Fuad. 2005. *Structural Equation Modelling : Teori, Konsep dan. Aplikasi*. Suemarang : Undip.
- Gillani, M. S. F. 2012. “Impact of Peer Pressure and Store Atmosphere on Purchase Intention: An Empirical Study on the Youngsters in Pakistan”, *International Journal of Academic Resaerch in Business and Social Sciences*, 2(7), pp: 323-332.
- Hair, JR., F. Joseph., R. E. Enderson., R. L. Tatham., dan W. C. Black. 1995. *Multivariate Data Analysis with Reading*. Prentice Hall International, Inc.
- _____. 1998. *Multivariate Data Analysis*. New Jersey: Prentice-Hall.

- Hendriani, Y., Supartoyo., Jen Tatuh, dan H. E. Recky Sendouw. 2013. "The Economic And The Regional Charactheristics : The Case Of Indonesia". *Buletin Ekonomi Moneter dan Perbankan*.
- Kotler, P. 2000. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Erlangga.
- Kotler, Philip. 2004. *Manajemen Pemasaran*: Analisis, Perencanaan, implementasi dan Kontrol, Edisi Sebelas. Alih Bahasa, Hendra Teguh. Jakarta: Penerbit PT. Prenhallindo
- _____. 2005. *Manajamen Pemasaran*, Jilid 1 dan 2. Jakarta: PT. Indeks.
- _____. 2007. *Marketing Management*. New York: Pearson Prentince Hall.
- _____. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Erlangga.
- Kotler, P., dan G. Armstrong. 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., dan K. L. Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1 dan 2. Jakarta: Indeks.
- _____. 2012. *Marketing Management*. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Kusnendi. 2008. *Model-Model Persamaan Struktural*. Bandung. Alfabeta.
- Levy, M., dan B. A. Weitz. 2001. *Retailing Management*. Boston: Mc. Graw Hill. Irwin.
- _____. 2009. *Retailing Management*. New York: America: McGraw-Hill/Irwin.

Li, E. Y., et al. 2009. "Examining The Antecedents of Repurchase Intention in Convenience Stores: a Perspective of Expectation-Disconfirmation Theory", *The 9th International Conference on Electronic Business*, Macau, November 30 - December 4, 2009.

Mowen, J. C., dan M. Minor. 2002. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Erlangga.

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, pp.123–136, September 2004. (<http://puslit.petra.ac.id/journals/management>.)

Nofiawat., dan B. Yuliandi, 2014. "Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Niat beli Ulang Konsumen Pada Outlet Nyenyes Palembang", *Jurnal Manajemen dan Bisnis Sriwijaya*, Vol. 12, No.1, Maret 2014.

Octaviani, A. S. 2013. "Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Coffe Toffe Jatim Expo Surabaya", *Jurnal Unesa* (<http://ejournal.unesa.ac.id>).

Oliver, L. R. 2010. "Cognitif Affective and Atribute Base of The Satisfaction Respons", *Journal of Customer Research*, 20: 418-430.

Parasuraman, A., V. A. Zeithaml., dan L.L. Berry. 1998. "SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality", *Journal of Retailing*, Vol. 64, No. 1.

Pedhazur, E. J. 1982. *Multiple Regression in Behavioral Research*. New York: CBS College.

Santoso, S. 2001. *Statistik Non Parametrik*. Jakarta: PT. Elex Media Komoutindo.

- Santoso, S. 2012. *Analisis SPSS pada Statistik Parametrik*. Jakarta: PT. Elex Media Komoutindo.
- Saidani, B., dan S. Arifin. 2012. "Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Niat beli Pada Ranch Market", *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI)*, Vol. 3, No. 1, p.1-22
- Sitinjak J. R. T., dan Sugiarto. 2006. *Lisrel*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Shopiah., dan Syihabudin. 2008. *Manajemen Bisnis Ritel*. Yogyakarta: Andi.
- Sugiyono. 2003. *Statistik Untuk Penelitian*. Bandung : Alfabeta.
- Suryani, T. 2008. *Perilaku Konsumen: Implikasi pada Strategi*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Suwandi, I. M. D. 2007. *Keputusan Pembelian, Seri Manajemen Pemasaran*. <http://www.oeconomicus.files.wordpress.com>.
- Terblanche, N. S., dan C. Boshoff. 2006. "A Generic Instrument to Measure Customer Satisfaction With The Controllable Elements of the In-Store Shopping Experience", *South African Journal of Business Management*, 37 (3), 1-14.
- Tjiptono, F. 2008, *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.
- _____, dan C. Gregorius. 2011. *Service, Quality dan Satisfaction*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tuu, *et al.*, 2010. "Explaning Repurchase Intention Towards in Vietnam: The Extention of The Theory of Planned Behavior", *IIFET 2010 Montpellier Proceedings*.
- Utami, C. W. 2006. *Manajemen Ritel (Strategi dan Implementasi Ritel Moderen)*. Jakarta : Salemba Empat.
- _____. 2010. *Manajemen Ritel*. Jakarta: Salemba Empat.

- Walker, J. R. 2008. *The Restaurant*. New Jersey; John Willey & Sons, Inc.
- Wibisono. 2008. *Metode Riset Bisnis*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Wijayanto. 2008. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.
- Yamin, S., dan H. Kurniawan. 2009. *Structural Equation Modeling dengan Lisrel*. Jakarta : Salemba Empat
- Zeithaml, V.A., M.J. Bitner., dan D.D. Gremler. 2002. “Service Quality Delivery Through Web Sites: A Critical Review of Extant Knowledge”, *Journal of the Academy of Marketing Science*. Vol.30, No. 4, pp.362-375
- Zeithaml, V.A., M.J. Bitner., dan D.D. Gremler. 2006. *Service Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm*. Boston : McGraw-Hill.