

BAB 5

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

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

1. Hipotesis pertama yang menyatakan bahwa *ambient factor* berpengaruh positif terhadap *service quality* dapat diterima. Hal ini berarti *ambient factor* berpengaruh positif terhadap *service quality* pada konsumen Adidas Tunjungan Plaza Surabaya.
2. Hipotesis kedua yang menyatakan *design factor* berpengaruh positif terhadap *service quality* dapat diterima. Hal ini berarti *design factor* berpengaruh positif terhadap *service quality* pada konsumen Adidas Tunjungan Plaza Surabaya.
3. Hipotesis ketiga yang menyatakan *social factor* berpengaruh positif terhadap *service quality* dapat diterima. Hal ini berarti *social factor* berpengaruh positif terhadap *service quality* pada konsumen Adidas Tunjungan Plaza Surabaya.
4. Hipotesis keempat yang menyatakan *service quality* berpengaruh positif terhadap *store image* dapat diterima. Hal ini berarti *service quality* berpengaruh positif terhadap *store image* pada konsumen Adidas Tunjungan Plaza Surabaya.
5. Hipotesis kelima yang menyatakan *ambient factor* berpengaruh positif terhadap *store image* melalui variabel mediasi *service quality* dapat diterima. Hal ini berarti *ambient factor* berpengaruh positif terhadap *store image* melalui variabel mediasi *service quality* pada konsumen Adidas Tunjungan Plaza Surabaya.

6. Hipotesis keenam yang menyatakan *design factor* berpengaruh positif terhadap *store image* melalui variabel mediasi *service quality* dapat diterima. Hal ini berarti *design factor* berpengaruh positif terhadap *store image* melalui variabel mediasi *service quality* pada konsumen Adidas Tunjungan Plaza Surabaya.
7. Hipotesis ketujuh yang menyatakan *social factor* berpengaruh positif terhadap *store image* melalui variabel mediasi *service quality* dapat diterima. Hal ini berarti *social factor* berpengaruh positif terhadap *store image* melalui variabel mediasi *service quality* pada konsumen Adidas Tunjungan Plaza Surabaya.

5.2 Saran

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

5.2.1 Manajemen Adidas Tunjungan Plaza Surabaya

- a. Manajemen Adidas Tunjungan Plaza Surabaya harus melakukan inovasi terhadap *ambient factor* terutama pada komponen *ambient factor* yaitu musik karena indikator *ambient factor* yang dinilai paling rendah oleh responden adalah X1.1 dengan nilai mean sebesar 3,610. Inovasi musik yang ada di dalam toko sehingga konsumen dapat meluangkan waktunya lebih lama ketika berada di dalam toko.
- b. Manajemen Adidas Tunjungan Plaza Surabaya harus melakukan inovasi terhadap *design factor* terutama pada komponen *design factor* yaitu *floor covering* karena indikator *design factor* yang dinilai paling rendah oleh responden adalah X2.1 dengan nilai mean sebesar 3,390. Inovasi *floor covering* yang ada di dalam toko sehingga *floor covering* yang ada lebih sesuai lagi dengan konsep toko.

- c. Manajemen Adidas Tunjungan Plaza Surabaya harus melakukan inovasi terhadap *social factor* terutama pada komponen *social factor* yaitu penampilan karyawan yang ada di dalam toko karena indikator *social factor* yang dinilai paling rendah oleh responden adalah X3.3 dengan nilai mean sebesar 3,114. Inovasi yaitu penampilan karyawan yang ada di dalam toko sehingga penampilan karyawan toko terlihat lebih menarik lagi ketika memberikan layanan kepada konsumen.
- d. Manajemen Adidas Tunjungan Plaza Surabaya harus terus meningkatkan *service quality* terutama pada komponen *service quality* yaitu kemampuan karyawan dalam memberikan perhatian sebagai bentuk rasa empati kepada konsumen ketika proses layanan berlangsung karena indikator *service quality* yang dinilai paling rendah oleh responden adalah M1.4 dengan nilai mean sebesar 3,571. Inovasi kemampuan karyawan dalam memberikan perhatian sebagai bentuk rasa empati kepada konsumen ketika proses layanan berlangsung sehingga karyawan dapat memberikan pendapat yang baik ketika konsumen meminta pendapat sebelum melakukan pembelian dan karyawan dapat memberikan layanan yang baik kepada konsumen.
- e. Manajemen Adidas Tunjungan Plaza Surabaya harus menciptakan *store image* yang baik terutama pada komponen *store image* yaitu toko dapat membuat konsumen merasa menikmati pengalaman berbelanja karena indikator *store image* yang dinilai paling rendah oleh responden adalah Y1.3 dengan nilai mean sebesar 3,705. Inovasi toko dapat membuat konsumen merasa menikmati pengalaman berbelanja sehingga toko dapat menciptakan pengalaman berbelanja bagi konsumen dengan lebih baik lagi.

5.2.2 Peneliti selanjutnya

Peneliti selanjutnya diharapkan dapat melakukan penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan pengaruh *store environment* terhadap *store image* melalui variabel mediasi *service quality* pada konsumen Adidas Tunjungan Plaza Surabaya dengan menambahkan atau menggantikan variabel lain yang dapat mempengaruhi *store image* seperti *emotional response* dan *impulse buying*.

DAFTAR KEPUSTAKAAN

- Aliyan, I. M., Farida, N., dan Listyorini, S. 2015, Pengaruh Citra Toko Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Melalui Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Konsumen Toko Gunung Agung Cirebon Mall), *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Diponegoro.
- Baker, J. & Parasuraman, D. G. A., 1994, The Influence of Store Environment on Quality Inferences and Store Image. *Journal of the Academy of Marketing Science*, Vol. 22, No. 4, p.328-339.
- Cahyono, D., 2005, Pengaruh Mentoring Terhadap Kepuasan Kerja, Konflik Peran dan Prestasi Kerja serta Niatan Untuk Pindah, *SNA VIII Solo*, 15 – 16 September 2005, Universitas Muhammadiyah Jember.
- Darsono, 2013, Analisis Pengaruh Citra Toko, Kualitas Toko dan Barang, Sarana Pendukung Terhadap Keputusan Pembelian, , *Dharma Ekonomi*, No. 38/Th.Xx/ Oktober 2013, STIE Dharmaputra Semarang.
- Douglas, A.L., Marchal, W.G., dan Wathen, S.A., 2007, *Teknik-Teknik Statistika dalam Bisnis dan Ekonomi Menggunakan Kelompok Data Global*, Jakarta: Salemba Empat.
- Faryabi, M., Sadeghzadeh K., and Saed M., 2012, The Effect of Price Discounts and Store Image on Consumer's Purchase Intention in Online Shopping Context Case Study: Nokia and HTC, *Journal of Business Studies Quarterly*, 2012, Vol. 4, No. 1, pp.197-205.
- Ghozali, H. I., dan Fuad, 2005, *Structural Equation Modeling: Teori, Konsep, dan Aplikasi dengan Program Lisrel 8.54*, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Haqul, N., 2012, Pengaruh Atmosfer Toko Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Toko Buku Togamas Cabang Malang), Skripsi, Fakultas Ekonomi, Jurusan Manajemen, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim.

- Hartman, K. B., dan Spiro, R. L., 2005, Recapturing Store Image in Customer-Based Store Equity: A Construct Conceptualization, *Journal of Business Research*.58, 2005, 1112-1120.
- Hendratono, T., 2011, Pengaruh Lingkungan Fisik dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan pada Pelanggan Maskapai Penerbangan, Vol. 2, No. 2, Oktober 2011.
- Indriani, F., 2015, Pengaruh Kualitas Jasa Terhadap Citra Perusahaan Dan Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan pada Papandayan English Conversation School Garut, *Jurnal Wacana Ekonomi*, Vol. 13, No. 03, Hal 10-16, Fakultas Ekonomi, Universitas Garut.
- Juniarti, A. D., dan Ikatrinasari, Z., F., 2014, Pengaruh Kondisi *Ambient* Terhadap Kepuasan Konsumen dan Loyalitas Konsumen dengan Memoderasi Gender Konsumen (Studi Kasus Rumah Makan Soup Ikan Taktakan Serang), *Jurnal Ilmiah Teknik Industri*, Vol. 2, No. 3, Hal 184-194, Program Studi Magister Teknik Industri, Universitas Mercu Buana.
- Jungmi Oh, Fiorito, Cho, and Hofacker, 2007, Effects Of Design Factors on Store Image and Expectation of Merchandise Quality in Web-Based Stores, *Journal of Retailing and Consumer Services*.
- Liaw, G. F., 2007, The Influence of Multiple Store Environment Cues on Shopping Mood and Patronage Satisfaction. 7th Global Conference on Business & Economics, ISBN : 978-0-9742114-9-7.
- Lin, M. Q., and Chiang, Y.F., 2010, The Influence of Store Environment on Perceived Experiential Value and Behavior Intention. *Asia Pacific Management Review* 15(2), p.281-299.
- Meldarianda, R., dan Lisan, H. S., 2010, Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Minat Beli Konsumen pada Resort Cafe Atmosphere Bandung, *Jurnal Bisnis dan Ekonomi (JBE)*, Vol. 17, No. 2, September 2010, Hal. 97–108, ISSN: 1412-3126, Universitas Kristen Maranatha Bandung.
- Nell, C., 2013, Exploring The Influence of Store Atmospheric on Consumers' Buying Behaviour in Apparel Retail Stores: An

- Exploratory Study in Tshwane, Business Management, University of South Africa.
- Nugraheni, R., 2012, Pengaruh Citra Toko Terhadap Loyalitas Konsumen, *Cahaya Aktiva*, Vol. 02 No. 02, September 2012, Politeknik Cahaya Surya Kediri.
- Pangkey, T. P., 2013, Analisis Servicescape Terhadap Loyalitas Pengunjung pada Hotel Berbintang di Manado (Studi Pada Hotel Quality Manado), *Jurnal EMBA*, Vol. 1, No. 3, September 2013, Hal 233-241, ISSN 2303-1174, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Jurusan Manajemen, Universitas Sam Ratulangi Manado
- Purwa, E. M. R. G., dan Yasa, N. N. K., 2014, Strategi Store Environment dan Time Pressure pada Pembelian Impulsif melalui Emotional State, *Jurnal Dinamika Manajemen*, Vol. 5, No. 2, Hal 147-160, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Udayana.
- Putro, T. A., 2014, Analisis Dampak Faktor Lingkungan Fisik, Citra Museum, dan Emosi Pengunjung terhadap Keinginan Berperilaku (Studi pada Bagian Koleksi Nonbuku Perpustakaan Nasional RI UPT Perpustakaan Proklamator Bung Karno), *Jurnal Aplikasi Manajemen*, Vol. 12, No. 1, Maret 2014, Pascasarjana Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Brawijaya.
- Rahmawan, I. W., Kumadji, S., dan Kusumawati, A., 2013, Pengaruh Faktor-Faktor Lingkungan Toko Terhadap Pembelian Impulsif (Survei pada Pengunjung Giant Hypermarket Mall Olympic Garden Kota Malang), *Jurnal Administrasi bisnis (JAB)*, Vol. 6, No. 2, Desember 2013, Fakultas Ilmu Administrasi, Universitas Brawijaya Malang.
- Remiasa, M., dan Lukman, Y., 2014, Analisis Persepsi Pelanggan Terhadap Kualitas Layanan Coffee Shop Asing dan Coffee Shop Lokal, Jurusan Manajemen Perhotelan, Fakultas Ekonomi, Universitas Kristen Petra.
- Riswanto, B. J., dan Yohanes S. K., 2014, Pengaruh Service Quality Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Customer Satisfaction Sebagai Variabel Intervening Pada Ritel Bioskop The Premiere Surabaya.

- Sabatini, C., dan Japariato, E., 2014, Pengaruh Marketing Mix, Psychological Factors, Social Factors dan Situational Factors Terhadap Cara Pandang dalam Pengambilan Keputusan Pembelian Rotiboy di Tunjungan Plaza dan City of Tomorrow Surabaya, *Jurnal Manajemen Pemasaran*, Vol. 2, No. 1, Hal 1-9, Universitas Kristen Petra.
- Sahanggamu, S., Mananeke, L., dan Sepang J., 2015, Analisis Kualitas Layanan, Servicescape dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah pada PT. Bank Sinarmas Bitung, *Jurnal EMBA*, Vol. 3, No.1 Maret 2015, Hal. 1084-1095, ISSN 2303-1174, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Jurusan Manajemen, Universitas Sam Ratulangi Manado.
- Salim, W., dan Dr. Subagio, H., 2013, Analisa Pengaruh Retail Mix Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Kampoeng Roti Nginden Surabaya, *Jurnal Manajemen Pemasaran*, Vol. 1, No. 2, Hal 1-10, Fakultas Ekonomi, Jurusan Manajemen Pemasaran, Universitas Kristen Petra.
- Sembiring, I. J., Suharyono, dan Kusumawati, A., 2014, Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Pelanggan Mcdonald's Mt.Haryono Malang), *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, Vol. 15, No. 1, Oktober 2014, Fakultas Ilmu Administrasi, Universitas Brawijaya Malang.
- Sihombing, M., Lestari, R. B., dan Djatikusuma, E. S., 2014, Analisis Pengaruh Citra Toko Terhadap Kepuasan Konsumen Carrefour Palembang Square Mall, Forum Bisnis Dan Kewirausahaan, *Jurnal Ilmiah STIE MDP*.
- Sinaga, I., Suharyono, dan Kumadji, S., 2012, Stimulus Store Environment dalam Menciptakan Emotional Response dan Pengaruhnya Terhadap Impulse Buying (Survei pada Pembeli di Carrefour Mitra I Malang), *Jurnal Profit*, Vol. 6, No. 2, Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang.
- Subagio, H., 2011, Pengaruh Atribut Supermarket Terhadap Motif Belanja Hedonik Motif Belanja Utilitarian dan Loyalitas Konsumen, *Jurnal Manajemen Pemasaran*, Vol. 6, No. 1, April 2011, Hal 8-21,

Fakultas Ekonomi, Jurusan Manajemen Bisnis, Universitas Kristen Petra.

- Sunada, I. W., Darmawan, D. P., dan Putra, I. G. S. A., 2014, Pola Interaksi Ternak dan Tanaman Pada Simantri 116 Desa Katung, Kecamatan Kintamani, Kabupaten Bangli, *Jurnal Manajemen Agribisnis*, Vol. 2, No. 2, Oktober 2014, ISSN: 2355-0759, Universitas Udayana.
- Suryana, P., dan Dasuki, E. S., 2013, Analisis Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian dan Implikasinya pada Minat Beli Ulang, *Triekonomika*, Vol. 12, No. 2, Desember 2013, Hal. 190–200, ISSN 1411-514X, Fakultas Ekonomi, Universitas Pasundan.
- Tanjaya, J., dan Japarianto, E., 2013, Analisa Faktor Pembentuk Kualitas Layanan di Starbucks The Square Surabaya, *Jurnal Manajemen Pemasaran*, Vol. 1, No. 2, Hal 1-11, Universitas Kristen Petra.
- Umar, H., 2003, *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*, Jakarta: PT. Raja Grafindo persada.
- Utami, C. W., 2006, *Manajemen Ritel: Strategi dan Implementasi Ritel Modern*, Jakarta: Salemba Empat.
- _____, 2012, *Manajemen Ritel: Strategi dan Implementasi Operasional Bisnis Ritel Modern di Indonesia*, Edisi 2, Jakarta: Salemba Empat.
- Wusko, A. U., 2014, Pengaruh *Store Environment* Terhadap *Impulse Buying* (Survei pada Pembeli di Serbu Mart Sukorejo), *Jurnal Sketsa Bisnis*, Vol. 1, No. 2, Desember 2014.
- Widiarta, E. A., 2013, Analisis Faktor–Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Produk Nike, Skripsi, Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Diponegoro, Semarang.
- Xu, Y., 2007, Impact of Store Environment on Adult Generation Y Consumers' Impulse Buying, *Journal of Shopping Center Research* (2007), 14, 1, p.39-56.

Yamin, S., dan Kurniawa, H., 2009, *Structural Equation Modeling: Belajar Lebih Mudah Teknik Analisis Data Kuesioner dengan Lisrel-PLS*, Jakarta: Salemba Infotek.

Tentang Adidas Company, diakses tanggal 19 Agustus 2015, <https://adidaslovers.wordpress.com>.

Tentang Customer Satisfaction Adidas, diakses tanggal 11 September 2015, <http://www.theacsi.org>.

Tentang Industri Sepatu Nasional Diproyeksikan Terus Meningkat, diakses tanggal 11 September 2015, <http://www.cnnindonesia.com>.

Tentang Mafia Lamaran Kerja dan Mitos Efisiensi Produksi: Membongkar Kasus PHK Massal Buruh di PT. Nikomas, diakses tanggal 11 September 2015, <http://indoprogess.com>.

Tentang Nike dan Adidas Tambah Kapasitas Produksi di Indonesia, diakses tanggal 13 September 2015, <http://economy.okezone.com>.

Tentang Pertumbuhan Ritel Indonesia Peringkat 12 Dunia, diakses tanggal 18 Agustus 2015, <http://ekbis.sindonews.com>.

Tentang Pertumbuhan Ritel Modern Di Indonesia, diakses tanggal 18 Agustus 2015, <http://www.marketing.co.id>.

Tentang Soccer Celebrity Endorsement, Gemerlap Industri Sepakbola, diakses tanggal 14 September 2015, <http://sport.detik.com>.