

## BAB 5

### SIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1. Simpulan

Penelitian ini menguji pengaruh antara *Service Encounter Quality* dan *Service Quality* terhadap *Satisfaction* dan *Revisit Intentions* pada konsumen Ranch Market di Surabaya. Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan dengan menggunakan *Structural Equation Modelling* (SEM), maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Hipotesis pertama ( $H_1$ ) yang menyatakan bahwa *Service Encounter Quality* berpengaruh positif terhadap *Service Quality* pada Ranch Market di Surabaya terdukung. Sehingga dapat disimpulkan bahwa *Service Encounter Quality* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap *Service Quality* pada Ranch Market di Surabaya.
2. Hipotesis Kedua ( $H_2$ ) yang menyatakan bahwa *Service Encounter Quality* berpengaruh positif terhadap *Satisfaction* pada Ranch Market di Surabaya terdukung, sehingga dapat disimpulkan bahwa *Service Encounter Quality* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap *Satisfaction* pada Ranch Market di Surabaya.
3. Hipotesis Ketiga ( $H_3$ ) yang menyatakan bahwa *Service Quality* berpengaruh positif terhadap *Satisfaction* pada Ranch Market di Surabaya terdukung, sehingga dapat disimpulkan bahwa *Service Quality* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap *Satisfaction* pada Ranch Market di Surabaya.
4. Hipotesis Keempat ( $H_4$ ) yang menyatakan bahwa *Satisfaction* berpengaruh positif terhadap *Revisit Intentions* pada Ranch Market di Surabaya terdukung, sehingga dapat disimpulkan bahwa *Satisfaction* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap *Revisit Intentions* pada Ranch Market di Surabaya.

## 5.2. Saran

Berdasarkan simpulan di atas dapat diberikan beberapa rekomendasi berupa saran yang dapat menjadi bahan pertimbangan bagi pengelola Ranch Market di Surabaya dan bagi peneliti selanjutnya :

1. Saran Praktis
  - a. Bagi pihak pengelola Ranch Market di Surabaya, agar dapat bersaing di ketatnya persaingan industri ritel maka pihak pengelola Ranch Market di Surabaya perlu untuk lebih memperhatikan variabel-variabel yang dalam penelitian terbukti berpengaruh positif dan signifikan. Dimana variabel-variabel tersebut adalah *Satisfaction* dan *Revisit Intentions*. Dua variabel dalam penelitian ini telah terbukti dapat ditingkatkan melalui peningkatan penciptaan *Service Encounter Quality* dan *Service Quality*.
  - b. Saran didasarkan pada nilai rata-rata terendah variabel *service encounter quality*, *service quality*, *satisfaction*, dan *revisit intentions*, sebagai berikut:
    1. Nilai rata-rata terendah dari variabel *service encounter quality* adalah: karyawan memiliki kualifikasi untuk memberikan pelayanan, sehingga saran yang diajukan bahwa Ranch Market harus meningkatkan keahlian yang dimiliki karyawan dan menempatkan karyawan sesuai keahlian yang dimiliki untuk meningkatkan kualifikasi tersebut.
    2. Nilai rata-rata terendah dari variabel *service quality* adalah: peralatan di toko *up-to-date*, sehingga saran yang diajukan bahwa Ranch Market mengganti peralatan yang ada dengan peralatan yang lebih mutakhir dan modern dengan mengikuti perkembangan terbaru.

3. Nilai rata-rata terendah dari variabel *satisfaction* adalah: layanan yang diberikan sesuai dengan keinginan pelanggan, sehingga saran yang diajukan bahwa Ranch Market perlu mengetahui seperti apa layanan yang pelanggan inginkan dengan menanyakan secara langsung kepada pelanggan sebagai masukan (*feedback*).
4. Nilai rata-rata terendah dari variabel *revisit intentions* adalah: Pelanggan ingin kembali ke toko, sehingga saran yang diajukan adalah Ranch Market meningkatkan kualitas pelayanan. Kualitas layanan yang baik akan meningkatkan kepuasan pelanggan. Apabila pelanggan puas, mereka akan memiliki niatan untuk kembali ke toko.

## 2. Saran Teoritis

Objek Ranch Market di Surabaya yang digunakan dalam studi ini difokuskan variabel *Service Encounter Quality* dan *Service Quality* pada *Satisfaction* dan *Revisit Intentions* pada konsumen Ranch Market di Surabaya sehingga bersifat terbatas. Hal ini memberikan peluang bagi studi lanjutan untuk mengembangkan model pada konteks yang lebih luas dengan mengkaji variabel-variabel lain yang memungkinkan untuk mengkaji pengaruh terhadap *Satisfaction* dan *Revisit Intentions*.

## DAFTAR PUSTAKA

- Azmi, I. A., Ahmad, Z., Zainuddin, Y. (2009), Competency-Based Pay and Service Quality: An Empirical Study of Malaysian Public Organisations. *Asian Academy of Manajement Journal*, Vol. 14, No. 1, 21-36
- Becser, N. (2007), Improving Service Quality in Retail Trade. Ph.D. *Thesis*. Corvinus University of Budapest: Budapest, pp. 1-241
- Cam, T. T. (2011), Explaining Tourist Satisfaction and Intention to Revisit Nha Trang, Vietnam. *Master Thesis*. Nha Trang University: Vietnam, pp. 1-72
- Chanaka J. dan Andrew M. F. (2011), Effects of Retail Employees Behaviours on Customers Service Evaluation. *International Journal of Retail & Distribution Management*, Vol. 39, No. 3, 205-217
- Farrel, A. M., Souchon, A. L., Durden, G. R. (2001), Service Encounter Conceptualisation: Employees Service Behaviours and Customers Service Quality Perceptions. *Academy of Marketing 2001 – Competitive Paper*, pp 1-23
- Ghozali, H. I, (2009), “*Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*”, Semarang: Universitas Diponegoro
- Ghozali, H. I dan Fuad, (2005), “*Structural Equation Modeling: Teori, Konsep, & Aplikasi Dengan Program Lisrel 8.54*”. Semarang: Universitas Diponegoro
- Han ST, A Nugroho, EW. Kartika, dan TS. Kaihatu, (2012), “Komitmen Afektif Dalam Organisasi Yang Dipengaruhi Perceived Organizational Support dan Kepuasan Kerja”, *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*. Vol. 14. No. 2 September 2012: 109-117
- Liao, C. W. (2014), Exploring the Correlations among Service Encounter, Customer Perceived Value, Purchase Intention in Hospitality Industry. *Anthropologist*, 17(3): 823-830
- Parasuraman, A., Zeithaml, V., Berry, L. (1988), SERVQUAL: A Multiple Item Scale For Measuring Consumer Perceptions of Service Quality. *Journal of Retailing*, Vol. 64, No.1, 12-40

- Saidani, B., dan Arifin, S. (2012), Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen dan Minat Beli pada Ranch Market. *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI)*, Vol. 3 No. 1, 1-22
- Sitinjak, T. J. R dan Sugiarto, (2006), "*Lisrel*", Yogyakarta: Graha Ilmu
- Sofyan, I. L., Pradhanawati, A., Nugraha, H. S. (2013), Pengaruh Fasilitas dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening pada Star Clean Wash Semarang. *Diponegoro Journal of Social and Politic*, Hal 1-12
- Som, A. P., Badarneh, M. B. (2011), Tourist Satisfaction and Repeat Visitation: Toward a New Comprehensive Model. *World Academy of Science, Engineering and Technology*, Vol. 5, 925-932
- Som, A. P., Marzuki, A., Yousefi, M., Abukhalifeh, A. N. (2012), Factors Influencing Visitors Revisit Behavioral Intentions: A Case Study of Sabah, Malaysia. *International Journal of Marketing Studies*, Vol. 4, No. 4, 39-49
- Sugiyono, (2012), "*Metode Penelitian Bisnis*", Edisi ke 16, Bandung: Alfabeta
- Utami, C. W, (2010), "*Manajemen Ritel*", Edisi 2, Jakarta: Salemba Empat
- Wang, Y. H., Chiu, J. H., Liou, J. Y. Yang. Y. (2015), Recreation Benefit, Recreation Experience, Satisfaction, and Revisit Intention – Evidence from Mo Zai Dun Story Island. *Journal of Business & Economic Policy*, Vol. 2, No. 2, 53-61
- Wahyuni, S., dan Pranoto. (2013), Pelayanan Dan Orientasi Pelanggan Terhadap Loyalitas Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening Pada Pengguna Kartu Kredit BCA. *E-Jurnal Manajemen dan Bisnis*, Vol. 1, No. 1, 1-23
- Wong, A. (2004), The Role of Emotional Satisfaction In Service Encounters, Vol. 14, No. 5, 365–376
- Yamin, S dan H Kurniawan, (2009), "*Structural Equation Modeling: Belajar Lebih Mudah Teknik Analisis Data Kuesioner dengan Lisrel-PLS*", Jakarta: Salemba Empat

Ciputra Entrepreneurship, (2012), “Ranch Market, Supermarket Kalangan Jetset.”

<http://www.ciputraentrepreneurship.com/perdagangan/ranch-market-supermarket-kalangan-jetset>

Gifar, A, (2015), “MEA: Ritel Lokal Perlu Diperkuat Hadapi Gempuran Asing.”

<http://industri.bisnis.com/read/20150104/12/387726/mea-2015-ritel-lokal-perlu-diperkuat-hadapi-gempuran-asing>

Medan Bisnis, (2015), “Industri Ritel Tertekan.”

<http://www.medanbisnisdaily.com/news/read/2015/05/29/166349/industri-ritel-tertekan/>