

## **BAB 5**

### **SIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1. Simpulan**

Berdasarkan pengujian hipotesis dan pembahasan yang telah dilakukan pada Bab 4, maka dapat dikemukakan simpulan sebagai berikut:

1. Gaya hidup berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian ulang jasa mewarnai rambut di Salon Johnny Andrean Plasa Surabaya. Untuk itu, hipotesis penelitian pertama yang menyatakan bahwa gaya hidup berpengaruh terhadap keputusan pembelian ulang jasa mewarnai rambut di Salon Johnny Andrean Plasa Surabaya adalah terbukti. Hal ini menunjukkan semakin tinggi gaya hidup, maka akan menyebabkan keputusan pembelian ulang juga semakin tinggi karena gaya hidup secara positif mempengaruhi keputusan pembelian ulang jasa mewarnai rambut di salon Johnny Andrean Plasa Surabaya.
2. Kepuasan konsumen berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian ulang jasa mewarnai rambut di Salon Johnny Andrean Plasa Surabaya. Untuk itu, hipotesis penelitian kedua yang menyatakan bahwa bahwa atribut pembentuk kepuasan konsumen berpengaruh terhadap keputusan pembelian ulang jasa mewarnai rambut di Salon Johnny Andrean Plasa Surabaya adalah terbukti. Hal ini menunjukkan semakin tinggi atribut pembentuk kepuasan konsumen, maka akan menyebabkan keputusan pembelian ulang juga semakin tinggi karena atribut pembentuk kepuasan konsumen secara positif mempengaruhi keputusan pembelian ulang jasa mewarnai rambut di Salon Johnny Andrean Plasa Surabaya.

## 5.2. Saran

Berdasarkan simpulan yang telah dikemukakan di atas, maka ada beberapa saran yang dapat diberikan sebagai bahan pertimbangan bagi Salon Johnny Andrean dan bagi peneliti selanjutnya, yaitu:

### 1. Bagi Salon Johnny Andrean

Untuk gaya hidup yang mempunyai pengaruh dominan terhadap keputusan pembelian ulang jasa mewarnai rambut di Salon Johnny Andrean Plasa Surabaya, manajemen Salon Johnny Andrean diharapkan dapat terus:

- a. Menyediakan pewarnaan rambut yang *fashionable*, seperti dengan mengeluarkan warna-warna cat rambut yang sedang *trend* dikalangan penggemar *hair colouring*.
- b. Memberikan harga yang relatif terjangkau dan kompetitif, seperti dengan memberikan *discount* untuk konsumen yang telah melakukan pewarnaan rambut lebih dari satu kali, memberikan *stamp* setiap melakukan pewarnaan rambut, setelah sekian kali *free* 1 (satu) kali, memberikan *voucher* setelah sekian kali melakukan pewarnaan rambut, dan sebagainya.
- c. Meningkatkan kualitas jasa kepada konsumen, seperti memberikan pelayanan pijat refleksi saat konsumen sedang melakukan pewarnaan rambut, menyediakan majalah, atau dengan menyediakan makanan ringan secara gratis.
- d. Mengikuti perkembangan mode *hair colouring* yang terkini, seperti berlangganan majalah mode rambut, datang dalam acara demo maupun pameran yang diadakan oleh salon lokal maupun di luar negeri, dan mengikuti melalui internet.

Untuk kepuasan konsumen, manajemen Salon `Johnny Andean sedapat mungkin:

- a. Menyediakan produk yang berkualitas, seperti tidak menimbulkan alergi dan tidak mudah luntur.
- b. Mendesain *layout* ruangan yang menarik, nyaman dan aman, seperti memberikan pembatas antara ruang pewarnaan rambut dengan ruangan perawatan lainnya, menyediakan hiburan seperti televisi dan majalah, dan selalu mengingatkan karyawannya selalu membersihkan ruangan salon setelah digunakan.
- c. Meningkatkan respon yang cepat dan tepat terhadap keluhan konsumen, seperti saat konsumen merasa warna rambut yang diaplikasikan tidak sesuai dengan keinginannya, karyawan dapat segera melakukan perbaikan, agar warna rambut sesuai dengan keinginan konsumen.
- d. Meningkatkan keterampilan karyawan *hair colouring*, seperti dengan memberikan *training* 3 (tiga) bulan, agar menjadi karyawan yang unggul, terampil dan ahli dalam pewarnaan rambut serta mampu melayani konsumen dengan baik dan cepat.
- e. Menginformasikan produk pewarnaan rambut yang terbaru, dapat melalui brosur, surat kabar, majalah-majalah wanita maupun langsung dari karyawan.

Dengan menerapkan saran di atas, diharapkan konsumen semakin tertarik untuk melakukan pembelian ulang jasa mewarnai rambut di salon Johnny Andean Plasa Surabaya.

## 2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Menyadari kekurangan dan kelemahan yang ada dalam penelitian ini, maka diharapkan bagi peneliti selanjutnya dapat mengembangkan

variabel bebas lain yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian ulang tidak hanya terbatas pada variabel gaya hidup dan kepuasan konsumen saja tetapi dapat ditambahkan variabel bebas lainnya seperti *relationship marketing*, kepercayaan, dan persepsi konsumen, juga dapat menambah jumlah sampel penelitian, dan memperluas obyek penelitian, yaitu tidak hanya pada salon Johnny Andrean saja, tetapi juga pada perusahaan jasa lainnya.

## DAFTAR KEPUSTAKAAN

- Alma, Buchori, 2002, *Pemasaran Jasa*, Edisi Keempat, Yogyakarta: BPFE
- Anoraga, Pandji, 2000, *Manajemen Bisnis*, Jakarta: PT. Rineka Cipta
- Arikunto, Suharsimi, 2000, *Manajemen Penelitian*, Jakarta: Rineka Cipta
- Assael, Henry, 1992, *Consumer Behavior and Marketing Action*, Second Edition, Boston: Kent Publishing Company
- Band, William A., 1991, *Creating Value For Customer: Designing and Implementing A Total Corporate Strategy*, Canada: John Willey & Sons Inc
- Dharmmesta, B.S., 1999, Loyalitas Pelanggan: Sebuah Kajian Konseptual sebagai Panduan bagi Peneliti, *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia*, Vol. 14, No. 3: 73-88
- Dutka, Alan, 1994, *AMA Handbook for Customer Satisfaction*, Lincolnwood, Illinois, USA: NTC Business Books
- Ferrinadewi, Erna, 2005, Atribut Produk yang Dipertimbangkan dalam Pembelian Kosmetik dan Pengaruhnya pada Kepuasan Konsumen di Surabaya, *Jurnal Manajemen & Kewirausahaan*, Vol. 7, No. 2, September: 139-151
- Hadi, Sutrisno, 1996, *Metodologi Research*, Edisi Kesepuluh, Yogyakarta: Andi Offset
- Hansen, D.R and Maryane M. Mowen, 1995, *Cost Management: Accounting and Control*, Cincinnati: South Western College Publishing
- Hendrawan, K., 2005, *Perilaku Pelanggan*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Husein, Umar, 1997, *Metodologi Penelitian, Aplikasi dalam Pemasaran*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama

- \_\_\_\_\_, 2003, *Metode Riset Perilaku Konsumen Jasa*, Jakarta: Ghalia Indonesia
- Kotler, Philip, 1994, *Marketing Management: Analysis, Planning, And Control*, International Edition, New Jersey: Prentice – Hall Inc
- \_\_\_\_\_, 2000, *Marketing Management*, Millenium Edition, New Jersey: Prentice – Hall Inc.
- \_\_\_\_\_, 2002, *Manajemen Pemasaran*, Edisi Milenium, Terjemahan, Jakarta: Pearson Education Asia
- \_\_\_\_\_, 2005, *Manajemen Pemasaran*, Edisi Kesebelas, Terjemahan, Jakarta: PT Indeks Kelompok Gramedia
- \_\_\_\_\_, and Gary Armstrong, 1990, *Principles of Marketing*, First Edition, USA: Prentice Hall
- \_\_\_\_\_, 2001, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Edisi Kedelapan, Jilid 1, Terjemahan, Jakarta: Erlangga
- \_\_\_\_\_, John Bowen, dan James Makens, 2002, *Segmentasi Pasar Pelanggan*, Terjemahan, Jakarta: Prehallindo
- Loudon, David L and Albert J. Della Bitta, 1988, *Consumer Behavior: Concept And Applications*, Third Edition, Singapore: Mc Graw – Hill
- \_\_\_\_\_, 1993, *Consumer Behavior*, Fourt Edition, New York: Mc. Graw Hill
- Misnalmawati, 2005, Pengaruh Persepsi Dimensi Kualitas Layanan Terhadap Niat Keputusan Pembelian Ulang, *Jurnal Manajemen & Kewirausahaan*, Vol. 7, No. 2, September:153-165
- Mowen, John C., 1995, *Consumer Behavior*, Eleventh Edition, Illinois: Richard D. Irwin Inc

- Mudrajad, Kuncoro, 2003, *Metode Riset Untuk Bisnis dan Ekonomi*, Jakarta: Erlangga
- Nasir, Moh., 2003, *Metodologi Penelitian*, Jakarta: Ghalia Indonesia
- Nurgiantoro, Gunawan, Marzuki, 2000, *Statistik Terapan*, Yogyakarta: Gadjah Mada University Press
- Parasuraman, A., Vallarie, Z., dan Leonard, B., 1990, *Delivering quality service: Balancing customer perceptions and expectations*, First Edition, New York: The Free Press.
- Santosa, Purbayu, dan Ashari, 2005, *Aplikasi Statistik Dengan Menggunakan Program SPSS*, Jakarta: Erlangga
- Santoso dan Tjiptono, 2001, *Riset Pemasaran Konsep dan Aplikasi dengan SPSS*, Jakarta: PT. Elex Media Komputindo
- Soehartono, Irawan, 2002, *Metode Penelitian Sosial*, Cetakan Kelima, Bandung: PT. Rosdakarya
- Sugiyono, 2005, *Metode Penelitian Kualitatif*, Bandung: CV. Alfabeta
- \_\_\_\_\_, 2007, *Statistika Untuk Penelitian*, Bandung: CV. Alfabeta
- Suharyadi dan Purwanto S.K., 2004, *Statistika: Untuk Ekonomi & Keuangan Modern*, Edisi Pertama, Jakarta: Salemba Empat
- \_\_\_\_\_, 2009, *Statistika: Untuk Ekonomi & keuangan Modern*, Edisi Kedua, Jakarta: Salemba Empat
- Sumarwan, Ujang, 2003, *Perilaku Konsumen*, Jakarta: Rineka Cipta
- Sutisna, 2001, *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*, Jakarta: Erlangga
- \_\_\_\_\_, 2003, *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*, Cetakan Ketiga, Bandung: PT. Rosda Karya
- Tjiptono, Fandy, 1997, *Strategi Pemasaran*, Yogyakarta: BPFE

\_\_\_\_\_, 2003, *Prinsip-prinsip Total Quality Service*, Yogyakarta:  
Andi

Kompas 25 Agustus 2006

[http://www.surabayatourism.com/det\\_hiburan.php?ID=25&lang=1](http://www.surabayatourism.com/det_hiburan.php?ID=25&lang=1)

<http://www.franchisekey.com/id/waralaba/JOHNNY-ANDREAN-SALON.htm>.