

BAB 5

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka simpulan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan hipotesis pertama dapat disimpulkan bahwa *price fairness* berpengaruh positif terhadap *purchase intention* pada Pochi *Petshop* Surabaya, sehingga hipotesis diterima.
2. Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan hipotesis kedua dapat disimpulkan bahwa *trust* berpengaruh positif terhadap *purchase intention* pada Pochi *Petshop* Surabaya, sehingga hipotesis diterima.
3. Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan hipotesis ketiga dapat disimpulkan bahwa *brand image* berpengaruh positif terhadap *purchase intention* pada Pochi *Petshop* Surabaya, sehingga hipotesis diterima.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian secara keseluruhan yang diperoleh, dapat dikembangkan beberapa saran sebagai berikut:

1. Diharapkan agar Pochi *Petshop* terus menjaga kewajaran harga dari produk yang dijual, sehingga konsumen merasa produk yang dijual di Pochi *Petshop* dapat diterima.
2. Diharapkan agar Pochi *Petshop* terus meningkatkan kepercayaan kepada konsumen, sehingga konsumen tidak ragu dalam

melakukan pembelian produk di Pochi *Petshop* Surabaya karena produk yang dibeli telah sesuai dengan informasi yang diberikan.

3. Diharapkan agar Pochi *Petshop* dapat terus menjaga citra merek dari produk yang dijual, sehingga diharapkan konsumen akan merasa puas karena produk yang dijual di Pochi *Petshop* memiliki kualitas yang baik.
4. Bagi penelitian selanjutnya diharapkan agar dapat meneliti dengan variabel-variabel lain diluar variabel yang telah diteliti seperti *brand loyalty*, *store image* pada format ritel lainnya agar dapat memperoleh hasil yang bervariasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Akhter, s. 2014. The Impact Of Retail Shoes Sales Promotional Activities On Ladies Purchase Intentions. *Journal of Marketing* Volume 4 number 2: 6-7.
- Atmaja, N. P. 2011. *Tesis*. Pengaruh Kewajaran Harga, Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pengguna Jasa Penerbangan Domestik Garuda Indonesia di Denpasar. *Tesis*.
- Consuegra, D. M., Molina, A., & Esteban, A. 2007. An Integrated Model Of Price, Satisfaction And Loyalty: An Empirical Analysis In The Service Sector. *Journal of Product and Brand Management* Number 7: 459-468.
- Danang Sunyoto, S. S. 2013. *Metode dan Instrumen Penelitian Ekonomi dan Bisnis*. Jakarta: CAPS.
- Durianto, D. Sugiarto., dan Sitinjik, T. 2001. *Strategi Menaklukkan Pasar melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Ghozali, I., dan Fuad. 2006. *Structural Equation Modeling*. Semarang: Undip.
- Hong, I. B., & Cho, H. 2011. The Impact of Consumer Trust on Attitudinal Loyalty and Purchase Intention in B2C e-marketplaces: Intermediary Trust vs Seller Trust. *Journal of Information Management*: 469-479.
- Kotler, Philip., dan Keller, K. L., 2009^a. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13 Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Lien, C.-H., Wen, M.-J., Huang, L.-C., & Wu, K.-L. 2015. Online Hotel Booking: The effects of brand image, price, trust and value on purchase intention. *Asia Pacific Management Review* : 1-9.

- Liwe, F. 2013. Kesadaran Merek, Keberagaman Produk, dan Kualitas Produk Pengaruhnya Terhadap Pengambilan Keputusan Konsumen Membeli di Kentucky Fried Chicken Manado. *Jurnal Manajemen Pemasaran* Vol.1 No.4: 2107-2116.
- Lu, B., Fan, W., & Zhou, M. 2016. Social Presence, Trust, and Social Commerce Purchase Intention. *Journal of Marketing* Vol.2 225-237.
- M, N. M., & Pramudana, K. A. 2014. Pengaruh Kredibilitas Celebrity Endorser dan Kewajaran Harga Terhadap Niat Beli Konsumen Wanita Pada Online Shop Produk Pakaian. *Jurnal Manajemen Universitas Udayana* Vol.3 No.4: 56-78.
- Semuel, H., & Chandra, S. S. 2014. The Analysis of Corporate Social Responsibility Implementation Effects towards Price Fairness, Trust and Purchase Intention at Oriflame Cosmetics Product in Surabaya. *Journal of Social and Behavioral Sciences* 155: 42 – 47.
- Sugiyono, P. D. 2015. *Statistika untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Widiyanto, & Toro, J. S. 2012. Analysis Of Influence Of Service Quality And Price On Fairness With Customer Satisfaction Customer Loyalty, Corporate Image And Variable Trust As Mediation: Studies In Consumer PO. Rosalia Indah Surakarta. *Jurnal Fokus Manajerial* Vol. 11, No. 2: 195-212.
- Widiyanto, & Toro, J. S. 2012. Analysis of Influence of Service Quality and Price on Fairness With Customer Satisfaction, Customer Loyalty, Corporate Image and Variable Trust as Mediation: Studies in Consumer PO. Rosalia Indah Surakarta. *Jurnal Fokus Manajerial* Vol. 11, No. 2: 195 - 212.
- Wu, P. C., Yeh, G. Y., & Hsiao, C.-R. 2011. The Effect of Store Image and Service Quality on Brand Image and Purchase Intention for Private Label Brands. *Australian Marketing Journal*: 30-39.