

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Melalui hasil analisa penelitian yang telah dilakukan baik secara deskriptif maupun statistik dengan dengan program SPSS 16.0 maka dapat ditarik kesimpulan dari penelitian ini berdasarkan hasil pengujian hipotesa yang telah dilakukan, yaitu sebagai berikut :

1. Kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan CarrefourRungkut dan Panjang Jiwo. Artinya adalah kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan Carrefour Rungkut dan Panjang Jiwo sudah bisa dirasakan baik oleh pelanggan hal tersebut dikarenakan Carrefour telah memberikan jasa sesuai dengan harapan pelanggan sehingga pelanggan merasa loyal.
2. Kepercayaan merek berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan Carrefour Rungkut dan Panjang Jiwo. Hal tersebut dikarenakan pelanggan merasa produk yang berada di Carrefour sesuai dengan harapan dan kebutuhan pelanggan sehingga secara tidak langsung timbul loyalitas meskipun terdengar berita tentang produk yang kadalluarsa di Carrefour pelanggan tetap memilih Carrefour kerana sudah timbul rasa percaya yang tinggi dan menganggap bahwa Carrefour lebih bisa memberikan penawaran yang lebih baik dari pada retail lainnya.

3. Kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan Carrefour Rungkut dan Panjang Jiwo. Dengan demikian pelanggan Carrefour Rungkut dan Panjang Jiwo yang telah merasakan dan menggunakan kualitas layanan yang baik dari Carrefour dapat merasakan kepuasan yang didapat dari pengaruh kualitas layanan tersebut.
4. Kepuasan pelanggan, kepercayaan merek dan kualitas layanan berpengaruh secara simultan terhadap loyalitas pelanggan Carrefour Rungkut dan Panjang Jiwo Artinya adalah loyalitas yang timbul di pelanggan Carrefour berdasarkan tingkat kepuasan yang tinggi yang dirasakan atas jasa yang diterima, tingkat kepercayaan merek Carrefour yang mampu meyakinkan pelanggan atas produk yang di jual serta kualitas layanan Carrefour yang mampu memberikan standart pelayanan yang mampu melebihi harapan dari pelanggan. Meskipun loyalitas pelanggan timbul di karenakan beberapa faktor tetapi faktor kepuasan pelanggan, kepercayaan merek serta kualitas layanan juga memiliki pengaruh yang besar atas timbulnya loyalitas pelanggan.

## **5.2 Keterbatasan Penelitian**

Berdasarkan penelitian yang sudah dilakukan, penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan. Adapun keterbatasan tersebut antara lain adalah sebagai berikut :

1. Keterbatasan penelitian ini bila di lihat dari dari segi tempat penyebaran quisoner yang bertempat di Carrefour Rungkut dan Panjang Jiwo hanya terletak pada proses izin yang rumit yang di keluarkan pihak Carrefour

Rungkut sehingga secara tidak langsung hal tersebut dapat mengganggu proses penyebaran quisoner seperti contoh waktu penyebaran yang di batasi dari jam 12 siang sampai jam 4 sore hal tersebut menjadikan penyebaran menjadi tidak efektif di karenakan kebanyakan konsumen berkunjung di Carrefour di malam hari. Kemudian contoh selanjutnya terjadi di Carrefour Panjang Jiwo yang hanya di perbolehkan melakukan penyebaran selain hari sabtu dan minggu. Hal tersebut juga menjadi tidak efektif karena kebanyakan konsumen berkunjung di hari sabtu dan minggu.

2. Dalam proses penyebaran quisoner perlu dijelaskan terlebih dahulu karena terdapat Responden yang belum mengerti dari tiap Pernyataan sehingga ada indikasi pernyataan yang di jawab tidak sesuai dengan apa yang dirasakan oleh responden. Pernyataan yang sulit dimengerti adalah “Saya akan tetap berbelanja di Carrefour meskipun retail lainya menawarkan promo yang lebih menarik “
3. Tempat proses penyebaran quisoner yang terbatas membuat pihak Carrefour hanya mengizinkan proses penyebaran di depan kasir pembayaran secara tidak langsung responden tidak fokus untuk menjawab quisoner karena lebih mementingkan barang belanja

### **5.3 . Saran**

Berdasarkan hasil analisis penelitian yang telah disimpulkan, maka peneliti dapat memberikan saran – saran yang sekiranya dapat bermanfaat bagi pihak – pihak yang terkait dengan penelitian ini. Adapun saran-sarannya adalah sebagai berikut ini :

### 5.3.1 Bagi Carrefour

Dilihat dari hasil olah data penelitian pada variabel kepuasan pelanggan adalah indikator variabel yang menjelaskan tentang rasa puas pelanggan atas jasa yang dirasakan Carrefour Panjang Jiwo dan Rungkut, rasa puas tersebut timbul dikarenakan Carrefour mampu menawarkan jasa yang sesuai dengan harapan dan kebutuhan pelanggan. Diharapkan Carrefour tetap menjaga konsistensi dalam menjaga kepuasan pelanggan dengan cara melakukan inovasi tiap tahunnya disamping untuk menjaga rasa puas dari pelanggan tetapi juga mencegah timbulnya rasa bosan sehingga pelanggan tetap loyal kepada Carrefour yaitu dengan cara menambah variasi produk yang belum ada di Carrefour, memberikan promo yang meringankan pelanggan kelas menengah kebawah serta menjaga keamanan sehingga pelanggan merasa nyaman berbelanja di Carrefour

Hasil selanjutnya adalah hasil data yang didapatkan dari hasil olah data penelitian pada variabel kepercayaan merek, dimana pada variabel membahas mengenai kepercayaan pelanggan terhadap Carrefour, dari hasil penelitian dilihat bahwa tidak ada masalah mengenai kepercayaan pelanggan terhadap Carrefour sekalipun terdengar berita negatif mengenai Carrefour, diharapkan Carrefour tetap bisa menjaga rasa percaya pelanggan terhadap Carrefour dengan cara menjaga kualitas produk yang dijual khususnya produk makanan dan minuman, dengan Carrefour menjaga produk yang dijual pelanggan akan tetap merasa loyal karena pelanggan merasa percaya dengan Carrefour.

Hasil selanjutnya adalah hasil data yang didapatkan dari hasil olah data penelitian pada variabel kualitas layanan yang menjelaskan tentang kecepatan

karyawan dalam melayani pelanggan Carrefour. Diharapkan Carrefour dapat mengevaluasi dan juga memperbaiki kecepatan layanan terhadap pelanggan yang membutuhkan. Hal ini dapat dilakukan Carrefour dengan memperketat standar pelayanan dalam melayani responden Carrefour.

Berikutnya pada variabel terakhir adalah variabel loyalitas pelanggan yang membahas mengenai loyalitas pelanggan atas jasa yang diterima dari Carrefour. Dilihat dari hasil penelitian mayoritas pelanggan merasa loyal dengan Carrefour hal tersebut bisa dilihat dari dengan cara Carrefour memenuhi harapan dan kebutuhan pelanggan baik itu dilihat dari kepercayaan merek terhadap Carrefour maupun dari kualitas layanan Carrefour. Diharapkan Carrefour tetap menjaga loyalitas pelanggan yang sudah terbentuk dengan cara menjaga nama baik Carrefour di pasar karena dengan itu pelanggan merasa loyal dan pelanggan tidak berpindah ke retail lainnya.

### **5.3.2 Bagi Peneliti Selanjutnya**

1. Penelitian mendatang disarankan untuk melakukan penyebaran kuesioner kepada responden dengan cukup merata yang mencakupi semua gerai Carrefour yang ada di Surabaya sehingga hasil penelitian yang diperoleh menjadi lebih terwakili.
2. Penelitian selanjutnya disarankan untuk meneliti variabel lain di luar variabel yang sudah diteliti seperti promosi, harga, tempat atau nilai merek yang ada di Carrefour Surabaya sehingga hasil penelitian yang diperoleh menjadi lebih pasti dan jelas.

## DAFTAR RUJUKAN

- Abdul Rochim 2013. *Pengaruh Nilai Yang Dirasa, Kepercayaan Merek Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Pada Pengguna Handphone Samsung Android Di Surabaya*. Skripsi Fakultas Ekonomi, STIE Perbanas Surabaya
- Arief Lucky Wardani 2012. *Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan, Komunikasi Lisan, Pembelian Ulang, Sensitivitas Harga Pada Pelanggan Carrefour Di Surabaya*. Skripsi Fakultas Ekonomi, STIE Perbanas Surabaya.
- Evangilia, Blery. 2009, Costumer Retention In The Greek Internet Market. *International Journal of e-Business Management*. Vol. 3 No. 1, pp 35-48.
- Imam Ghozali 2012. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS ver 20.0* Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- <http://www.Indonesiafinancetoday.com> diakses tanggal 10 november 2013.
- Kiki Dody P.2011. *Analisis Corporate Social Responsibility Dan Corporate Image Terhadap Purchase Intention Pada Carrefour Surabaya Timur*. Skripsi Fakultas Ekonomi, UPN Surabaya.
- Kotler, Philip, dan G. Amstrong. 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Jilid 2, Edisi 12, Terjemahan Bob Sabran, Jakarta : Erlangga.
- Kotler, Philip dan Keller, Lane. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 3, Edisi 13, Terjemahan Adi Maulana, Jakarta: PT. Indeks.
- Kotler, Philip, dan Kevin Lane. 2008. *Manajemen Pemasaran*, Jilid 2, Edisi 13, Terjemahan Devri Barnadi, Jakarta : Erlangga.
- Talat Mahmood Kiyani et al., 2012. The relationship between brand trust, customer satisfaction and customer loyalty. (evidence from automobile sector of pakistan). *Interdisciplinary Journal Of Contemporary In Business*. Vol 4 No 1.
- Malhotra, Narest K. 2009. *Riset Pemasaran Pendekatan Terapan*, Jilid 1, Edisi 4 . Jakarta : Indeks.
- Noor, Juliansyah. 2011. *Metodologi Penelitian: Skripsi, Tesis, Disertasi dan Karya Ilmiah*. Jakarta: Kencana.
- Rosady Ruslan. 2010. *Metode Penelitian: Public Relations dan Komunikasi*. Jakarta: Rajawali.

Arianto, Dedi " ciri-ciri konsumen yang puas" 15 April 2014 <http://dedydwiarianto.manajemen.blogspot.com/2013/10/penting-gak-komunikasi-dalambisnis.html>

Mause, Haji "Menciptakan Nilai Pelanggan, Kepuasan Dan Loyalitas Makalah Individu" 15 April 2014 [Http://Www.Academia.Edu/5004226/Menciptakan Nilai Pelanggan Kepuasan Dan Loyalitas Makalah Individu](Http://Www.Academia.Edu/5004226/Menciptakan-Nilai-Pelanggan-Kepuasan-Dan-Loyalitas-Makalah-Individu)

Sugiharto Adhi 2012 "Analisis Iklan Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Merek Produk Sepatu Kickers di Surabaya" Skripsi Fakultas Ekonomi, Universitas Airlangga

Putra Agil S "Analisis Dimensi Kepercayaan Merek Terhadap Loyalitas Merek Pengguna Kartu Indosat Im3 Di Kota Semarang" Skripsi Fakultas Ekonomi, Universitas Diponegoro

Ilmu Pendidikan "Konsep Mutu Pelayanan" <http://ewintribengkulu.blogspot.com/2012/10/konsep-mutu-pelayanan.html>

Novel, Se 2006 "Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pembeli Dan Loyalitas Pembeli Dalam Meningkatkan Minat Membeli Ulang" Skripsi Fakultas Ekonomi, Universitas Diponegoro

Arivin, Risvan "Kupas Tuntas Loyalitas Pelanggan" 15 April 2014 <http://risetpemasaran.blogspot.com/2012/07/kupas-tuntas-loyalitas-pelanggan.html>