

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan, hasil penelitian ini dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Keadilan distributif berpengaruh positif tidak signifikan terhadap *customer citizenship behavior* dengan mediasi kepercayaan pada pelanggan Hypermart di Royal Plaza Surabaya artinya H1 ditolak.
2. Keadilan prosedural berpengaruh positif tidak signifikan terhadap *customer citizenship behavior* dengan mediasi kepercayaan pada pelanggan Hypermart di Royal Plaza Surabaya artinya H2 ditolak.
3. Keadilan interaktif berpengaruh positif tidak signifikan terhadap *customer citizenship behavior* dengan mediasi kepercayaan pada pelanggan Hypermart di Royal Plaza Surabaya artinya H3 ditolak.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka terdapat beberapa keterbatasan dalam penelitian yang dijabarkan sebagai berikut.

1. Peneliti merasa sulit mencari responden yang sesuai kriteria, yaitu memiliki kartu hicard dan selalu berbelanja di Hypermart Royal Plaza Surabaya karena dijamin serba canggih saat ini tidak banyak pelanggan yang loyal hanya pada satu ritel. Selain banyaknya ritel mini yang mulai menguasai berbagai pelosok desa juga memudahkan pelanggan dalam melakukan

belanja barang tertentu. Sebagai solusinya, maka peneliti sebelum menyebarkan kuisisioner peneliti menanyakan kedua karakteristik responden tersebut ada pada responden yang didapat saat itu.

2. Adanya kekurangsesuaian dalam pengambilan responden sampel kecil, terdapat beberapa responden yang mengisi kuesioner dengan *range* jawaban terlalu jauh sehingga menyebabkan tidak reliabel pada uji sampel kecil pertama tetapi, pada saat uji sampel besar menjadi reliabel. Ada dua penyebab responden mengisi kuesioner dengan *range* jawaban terlalu jauh yaitu responden tidak mengisi dengan serius maupun terburu-buru dan responden tidak begitu paham dengan pernyataan yang diajukan oleh peneliti dalam kuesioner.
3. Secara keseluruhan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel dimensi-dimensi keadilan organisasional berpengaruh positif tidak signifikan karena pertama, keadilan distributif menunjukkan hasil bahwa jaminan harga yang wajar tidak lantas menjamin pelanggan mendapatkan kompensasi atau ganti rugi jika terdapat barang yang cacat/rusak; kedua, keadilan prosedural menunjukkan hasil bahwa penempatan kotak saran/kritik kurang strategis pada bagian informasi sebelum adanya renovasi, sehingga pelanggan menganggap bahwa prosedur yang dilakukan Hypermart Royal Plaza untuk mendapatkan *feedback* dari pelanggan melalui kotak saran belum jelas karena terbukti tidak semua pelanggan bisa menyuarakan pendapatnya; ketiga, keadilan interaktif menunjukkan hasil

bahwa pelanggan masih ragu terhadap karyawan Hypermart Royal Plaza Surabaya terkait dengan pelayanan yang diberikan ramah.

5.3 Saran

Adapun saran-saran yang dapat diberikan peneliti untuk penelitian selanjutnya antara lain.

1. **Bagi Hypermart Royal Plaza Surabaya**

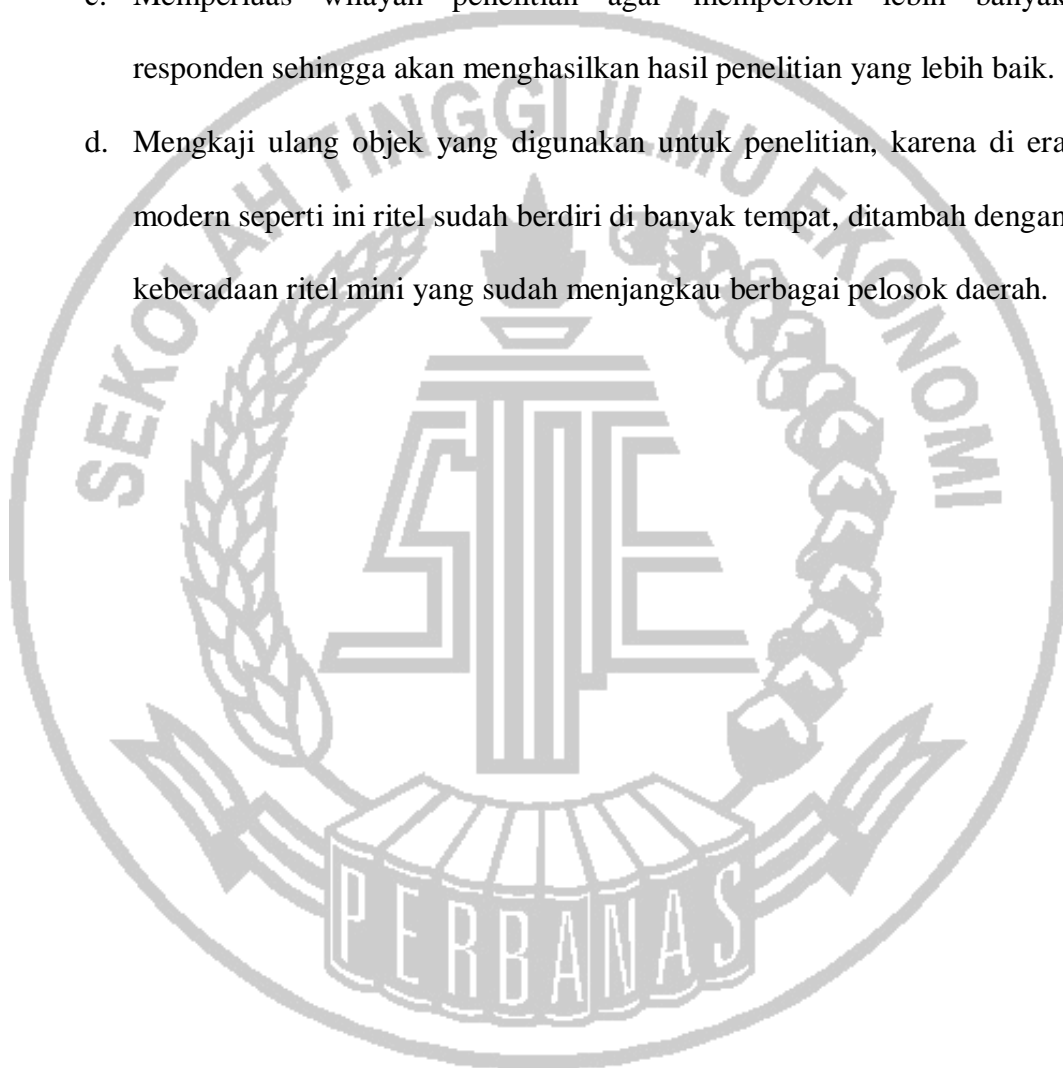
Saran untuk Hypermart Royal Plaza Surabaya, penelitian ini diharapkan menjadi bahan pertimbangan untuk lebih memperhatikan keadilan distributif, keadilan prosedural dan keadilan interaktif yang ada pada manajemen Hypermart Royal Plaza Surabaya, sehingga pelanggan memiliki perilaku CCB atas dasar kepercayaan terhadap Hypermart Royal Plaza Surabaya yang sudah mampu melakukan keadilan distributif dengan baik.

Selain itu, masih terdapat responden yang tidak setuju atas beberapa item pernyataan dalam kuesioner, contohnya pelayanan yang diberikan Hypermart ramah dan harga yang wajar. Padahal Hypermart memiliki slogan andalannya yaitu *low price and more* yang mengartikan bahwa Hypermart memberikan jaminan harga yang murah dan produk yang bervariasi/lengkap dibanding ritel lain. Baiknya untuk Hypermart Royal Plaza Surabaya meningkatkan pelayanan yang ramah dan menerapkan *trade mark* sebagaimana mestinya, guna menjaga kepercayaan pelanggan.

2. **Bagi Peneliti Selanjutnya**

- a. Peneliti selanjutnya dapat meneliti pengaruh langsung variabel dimensi-dimensi keadilan organisasional terhadap *customer citizenship behavior*.

- b. Peneliti selanjutnya diharapkan dapat menambah variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini agar peneliti tahu faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi perilaku sukarela yang dilakukan pelanggan terhadap ritel tempat biasa belanja kebutuhan primer maupun sekunder.
- c. Memperluas wilayah penelitian agar memperoleh lebih banyak responden sehingga akan menghasilkan hasil penelitian yang lebih baik.
- d. Mengkaji ulang objek yang digunakan untuk penelitian, karena di era modern seperti ini ritel sudah berdiri di banyak tempat, ditambah dengan keberadaan ritel mini yang sudah menjangkau berbagai pelosok daerah.



DAFTAR RUJUKAN

- Ade Umul M.. 2014. Suara Konsumen. (Online). (<http://www.rumahpengaduan.com>, diakses 19 september 2015)
- Bonett Douglas and Wright Thomas., 2014. "Sample size planning for multiple correlation: reply to Shieh". *Psicothema*. Vol 26, No. 3. Pp 391-394
- Burhan Bungin. 2013. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Jakarta : Kencana
- Christina Whidya Utami. 2010. *Manajemen Ritel Strategi dan Implementasi Operasional Bisnis Ritel Modern Di Indonesia*. Jakarta : Salemba Empat
- Colquitt, A. Jason and Rodell, B. Jessica., 2011. "Justice, Trust, and Trustworthiness: A Longitudinal Analysis Integrating Three Theoretical Perspectives". *Academy of Management Journal*. Vol 54, No. 6. Pp 1183-1206
- Di Eh, Huang Chien-Jung, Chen I-Heng and Yu Te-Cheng., 2010. "Organizational justice and customer citizenship behavior of retail industries". *The Service Industries Journal*. Vol 30 No. 11 (September). Pp 1919-1934
- Garma Romana and Bove L. Liliana., 2014. "Contributing to well-being: customer citizenship behaviors directed to service personnel". *Journal of Strategic Marketing*. Vol 19, No. 7 (Desember). Pp 633-649
- Gilde Christian, Pace Stefani, Pervan J. Simon and Strong Carolyn., 2011. "Examining the boundary conditions of customer citizenship behavior: a focus on consumption ritual". *Journal of Strategic Marketing*. Vol 19, No. 7 (Desember). Pp 619-631
- Hypermart. 2004. Background Hypermart. (Online). (<http://www.hypermart.co.id>, diakses 27 Maret 2015)
- Imam Ghozali. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 21*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Kumar Y L N., 2014. "Importance of Organizational Citizenship behaviors in enhancing customer service indicators: a review". *The IUP Journal of Management Research*. Vol 13, No. 1. Pp 17-28
- Morissan. 2012. *Metode Penelitian Survei*. Jakarta : Kencana

- Mudrajad Kuncoro. 2013. *Metode Riset Untuk Bisnis & Ekonomi*. Jakarta : Erlangga
- Oyedele Adesegun and Simpson Penny M., 2011. "Understanding motives of consumer who help". *Journal of Strategic Marketing*. Vol 19 No. 7 (Desember). Pp 575-589
- Srikanth P. B. and Gurunathan L., 2013. "Interactional Justice and Job Mobility Preparedness: Mediating Role of Leader-Member Exchange (LMX)". *The IUP Journal of Organizational Behavior*. Vol 11, No. 3. Pp 7-14
- Syofian Siregar. 2014. *Statistik Parametrik Untuk Penelitian Kuantitatif*. Jakarta : PT. Bumi Aksara
- Top Brand. 2015. Data Top Brand Kategori Ritel Hypermarket. (Online). (<http://www.topbrand-award.com>, diakses 19 september 2015)
- Tribun News. 2015. Lokasi Hypermart di Royal Plaza Surabaya. (Online). (<http://www.tribunnews.com>, diakses 19 September 2015)

