

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil uji hipotesis dan pembahasan yang telah dilakukan maka kesimpulan dari hasil penelitian ini dapat diambil adalah sebagai berikut :

1. *Organizational Citizenship Behavior* berpengaruh tidak signifikan terhadap *Customer Citizenship Behavior* pada pelanggan Giant Hypermarket Sun City Sidoarjo
2. Keadilan Organisasional berpengaruh signifikan terhadap *Customer Citizenship Behavior* pada pelanggan Giant Hypermarket Sun City Sidoarjo
3. Motif Eksternal berpengaruh signifikan terhadap *Customer Citizenship Behavior* pada pelanggan Giant Hypermarket Sun City Sidoarjo

#### 5.2 Keterbatasan Penelitian

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

1. Kendala administratif, manajemen Giant Hypermarket Sun City Sidoarjo tidak memperbolehkan melakukan pengambilan sampel di lokasi.
2. Sedikitnya jurnal rujukan untuk mendukung teori yang ada karena penelitian ini masih jarang dilakukan.

3. Tidak semua Responden melakukan kegiatan yang ada dalam item pernyataan, sehingga banyak responden yang tidak mengetahui kebenaran item pernyataan tersebut dan menjawabnya dengan tanggapan responden netral.

### 5.3 Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan baik penelitian terdahulu maupun penelitian saat ini, maka peneliti memberikan saran yang dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan. Adapun saran-saran yang diberikan peneliti sebagai bahan pertimbangan untuk penelitian selanjutnya antara lain:

1. Saran Bagi Giant Hypermarket Sun City Sidoarjo
  - a. Berdasarkan hasil yang didapat dalam penelitian ini, indikator dengan tanggapan responden terendah pada variabel *Organizational Citizenship Behavior* adalah perusahaan diharapkan lebih meningkatkan pelayanannya kepada konsumen dengan cara meengambilkan keranjang belanja ketika konsumen belum mengambilnya, menawarkan bantuan kepada konsumen yang bingung dalam memilih barang, dan sesama karyawan Giant Hypermarket Sun City Sidoarjo saling membantu satu sama lain ketika suasana ramai, sehingga konsumen tidak menunggu lama dalam berbelanja.
  - b. Berdasarkan hasil yang didapat dalam penelitian ini, indikator dengan tanggapan responden terendah pada variabel Keadilan Organisasional yaitu perusahaan harus lebih memperhatikan kritik yang disampaikan oleh konsumen, menanggapi keluhan konsumen, memberikan

penjelasan detail kepada konsumen ketika ada promo agar tidak terjadi kesalahan.

- c. Berdasarkan hasil yang didapat dalam penelitian ini, indikator dengan tanggapan responden terendah pada variabel Motif Eksternal adalah pernyataan “Saya bersedia mengisi kuesioner yang diberikan oleh karyawan Giant Hypermarket Sun City Sidoarjo karena adanya hadiah unik” sehingga Giant Hypermarket Sun City Sidoarjo akan lebih baik jika memberikan kupon atau diskon setelah mengisi kuesioner, dan berdasarkan tanggapan responden tertinggi yaitu pada pernyataan “Saya akan membeli ulang ke Giant Hypermarket Sun City Sidoarjo karena ada potongan harga” sehingga Giant Hypermarket Sun City Sidoarjo memberikan banyak diskon belanja untuk konsumen agar konsumen melakukan pembelian ulang di Giant Hypermarket Sun City Sidoarjo.

## 2. Peneliti selanjutnya

- a. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk memperbanyak referensi untuk penelitian mengenai CCB.
- b. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk menjelaskan secara detail kepada responden dalam menyebarkan kuesioner dan responden dibimbing sampai selesai dalam pengisian kuesioner agar tidak terjadi kesalahan dalam menjawab kuesioner.

- c. Untuk mendapatkan hasil yang lebih baik maka disarankan peneliti selanjutnya untuk memperhatikan kondisi responden saat mengisi kuesioner, mencari tempat yang nyaman dalam mengisi kuesioner.



## DAFTAR RUJUKAN

- Arsip.mediakonsumen.com/kategori12.html.popup diakses tanggal 14 September 2015
- Brent A, Scott Adela S. Garza, Donald E Conlon, You Jin Kim. 2015. "Why Do Managers Act Fairly In The First Place? A Daily Investigation Of "Hot" And "Cold" Motives And Discretion". *Academy of Management Journal*, Vol. 1015, No. 1,(Januari), Pp 37-57
- Di, Eh. Chien-Jung Huang, I-Heng Chena and Te-Cheng Yu. 2010. Organisational justice and customer citizenship behaviour of retail industries. *The Service Industries Journal*. Vol. 30, No. 11 (September). Pp 1919-1934
- Garma, Romana. and Lilliana L. Bove, 2011, Contributing to well-being:customer citizenship behaviors directed to service personnel, *Journal of Strategik Marketing*, Vol. 19, No. 9 (Desember). Pp 633-649
- Gilde, Chritian. Stefano Pace, Simon J. Pervan, and Caroly Strong. 2011. "Examining the boundary conditions of customer citizenship behaviour: a focus on consumption ritual". *Journal of Strategic Marketing*. Vol.19, No. 7 (Desember). Pp 619-631
- Guo, Gongxing and Xing Zhou. 2013. Research on Organizational Citizenship Behavior, Trust and Customer Citizenship Behavior. *International Journal of Business and Management*. Vol. 8, No. 16 (July). Pp 86-90
- Hengky dan Imam Ghozali. 2012. "Partial Least Square konsep, metode dan aplikasi menggunakan program WarpPLS 2.0" Semarang: Badan Penerbi Universitas Diponegoro
- Imam. Ghozali. 2011. "Stuctural Equation Modeling metode alternatif dengan Partial Least Square ". Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Joseph F, Hair, Jr. G, Thomas M, Hult. Christian M, Ringle. Marko Sarstedt. 2014. "A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)". United States of America: Library of Congress Cataloging-in-Publication Data
- Kumar, YLN. 2014, Importance of Organizational Citizenship Behaviors in Enhancing Customer Service Indicators: A Review, *The IUP Journal of Management Research*, Vol. XIII, No. 1. Pp 17-28

Mahfud Sholihin, Dwi ratmono. 2013. *Analisis SEM-PLS dengan WarpPLS 3.0 untuk hubungan nonlinier dalam penelitian sosial dan bisnis*. Yogyakarta. CV Andi Offset

Oyedele, Adesegun and Penny M. Simpson. 2011. "Understanding motives of consumers who help". *Journal of strategic marketing*. Vol. 19, No. 7 (Desember). Pp 575-589

Syofian Siregar. 2013. "*Metode Penelitian Kuantitatif*", edisi pertama. Jakarta: Kencana Prenada Media Group

Tatik Suryani. 2013. *Perilaku Konsumen Di Era Internet*. Edisi pertama. Yogyakarta; Graha Ilmu

[www.suratpembaca.hariankompas.com](http://www.suratpembaca.hariankompas.com), diakses tanggal 14 september 2015

[www.topbrandaward.com](http://www.topbrandaward.com), diakses tanggal 14 September 2015

Ziauddeen, H. N Subramaniam<sup>1</sup>, R Gaillard, LK Burke, IS Farooqi and PC Fletcher.2012. Food images engage subliminal motivation to seek food. *International Journal of Obesity*. Vol. 36 (Januari) Pp. 1245 - 1247

