

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Melalui hasil analisis yang telah dilakukan maka akan dapat diketahui kesimpulan dari penelitian bahwa:

1. Produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Giant di Surabaya.
2. Harga berpengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan Giant di Surabaya.
3. Tempat berpengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan Giant di Surabaya.
4. Promosi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Giant di Surabaya.
5. Kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan Giant di Surabaya.

5.2 Keterbatasan penelitian

Dalam penyusunan penelitian ini masih banyak terdapat keterbatasan dan kekurangan antara lain, mengalami sedikit kesulitan dikarenakan keterbatasan waktu dalam penelitian ini, banyaknya responden yang menolak meluangkan waktunya untuk mengisi kuisisioner. Namun peneliti memperoleh data dari tempat umum seperti rumah kerumah, mall, kampus Perbanas serta tempat umum lainnya.

5.3 Saran

Berdasarkan hasil analisis yang telah disimpulkan, maka peneliti dapat memberikan saran yang dapat bermanfaat bagi pihak-pihak yang terkait.

1. Bagi *Giant Hypermarket*

- a. *Giant Hypermarket* sebaiknya menambahkan produk-produk yang ditawarkan agar lebih banyak lagi dan memenuhi kebutuhan pelanggan.
- b. *Giant Hypermarket* sebaiknya lebih banyak lagi dalam memberikan harga yang murah untuk menarik minat pelanggan.
- c. Area parker *Giant Hypermarket* sebaiknya lebih ditingkatkan lagi keamanannya agar pelanggan merasa tenang pada saat meninggalkan kendaraannya.
- d. *Giant Hypermarket* sebaiknya memperpanjang jangka waktu promosi untuk menarik minat konsumen.
- e. Karyawan *Giant Hypermarket* lebih tanggap lagi dalam melayani kebutuhan pelanggan.
- f. *Giant Hypermarket* memberikan pelayanan yang baik agar konsumen merasa nyaman pada saat berbelanja. Jika pelanggan merasa puas maka pelanggan akan mempromosikan ke orang lain.

2. Bagi peneliti selanjutnya

- a. Untuk mendapatkan hasil yang lebih baik maka disarankan peneliti selanjutnya. Sebaiknya menambah variabel bebas yang mempengaruhi

62

kepuasan agar hasil yang diperoleh dapat bervariasi dan mungkin lebih akurat.

- b. Menambahkan dan memperbaiki instrument penelitian dengan cara menambahkan jumlah indikator item pertanyaan dan menambah jumlah variabel bebas.
- c. Keterbatasan teknik pengumpulan data melalui kuisisioner akan menyebabkan bias jawaban, dan sebaiknya mendapatkan ijin pihak Giant agar lebih leluasa menyebarkan kuesoner

DAFTAR RUJUKAN

- Alma, Buchari, 2004, Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa, Cetakan Keenam, Alfabeta, Bandung.
- Aristo Surya, dan Ari Setyaningrum. 2009. “Analisis Persepsi Konsumen Pada Aplikasi Bauran Pemasaran serta Hubungannya terhadap Loyalitas Konsumen (Studi Kasus Pada Hypermart Cabang Kelapa Gading”. Jurnal Strategi Bisnis dan Eksekusi 2. Hal. 13 – 19. Jakarta. Universitas Katolik Atma Jaya
- Fandy Tjiptono. 2011. Manajemen & Strategi Merek. C.V ANDI AFFSET. Yogyakarta
- Farhad Rahmati, Ali Falahati dan Babak Jamshedynavid. 2013. “The study impact of internal marketing on customer loyalty (Case study: Iran Insurance Company - Kermanshah province)” International Research Journal of Applied and Basic Sciences. © ISSN 2251-838X / Vol, 4 (8): 2018-2025 Science Explorer Publications
- Ghozali, Imam. 2011. Structural Equation Modeling Metode Alternative Dengan Partial Least Square PLS Edisi 3. Badan Penerbit UNDIP. Semarang
- Griffin, Jill. 2005. Customer Loyalty, Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan. Jakarta : Erlangga
- Handi, Irawan. 2002. 10 Prinsip Kepuasan Pelanggan . Jakarta : Elex Media Komputindo
- Hutasoit, C.S. 2011. Pelayanan Publik Teori dan Aplikasi. Jakarta : MagnaScript Publishing
- Istijanto. 2009. Aplikasi Praktis Riset Pemasaran. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama
- Kotler, Philip & Gary Armstrong. 2008. Prinsip-prinsip Pemasaran. Edisi 12 Jilid 1. Jakarta : Erlangga.
- Kotler, Philip & Kevin Lane Keller. 2008. Manajemen Pemasaran (Edisi Kedua Belas), Cetakan Ketiga. PT. Jakarta: Indeks
- _____.2009. Manajemen Pemasaran . Edisi 13 Jilid 1. Jakarta : Erlangga.
- Malhotra, Naresh K. 2009. Riset Pemasaran Pendekatan Terapan Jilid 1. Jakarta :PT Index

- Reni Diah Kusumawati , Detty Purnamasari, dan Sardiyono. 2013. "Factors Affecting Consumer Loyalty of Music Products in Indonesia" *Journal of Economics, Business and Management*, Vol. 1, No. 3, August 2013
- Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. CV Alfabeta. Bandung
- Suharno dan Yudi Sutarso. 2010. *Marketing in Practice*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Sekaran dan Bougie. 2013. *Research Methods For Business : "A Skill Building Approach"*. Sixth Edition. United Kingdom: Wiley
- Sunarto. 2006. *Manajemen Pemasaran 2* . Adityamedia, Yogyakarta.
- Tariq, Abdul Naveed dan Nadia Moussaoui. 2009. "The Main Antecedent of Customer Loyalty in Moroccan Banking Sector". *International Journal of Business and Management Science*, Vol. 2. Pp. 102-115.
- Tatik Suryani. 2008. *Perilaku Konsumen "Implikasi pada Strategi Pemasaran"*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Tjiptono, Fandy & Gregorius Chandra. 2011. *Service, Quality & Satisfaction*. Edisi 3. Yogyakarta : ANDI
- Triyono, Sigit. 2006. *Sukses Terpadu Bisnis Ritel Dari Merchandising sampai Shrinkage*. Edisi I. Jakarta : PT. Elex Media Komputindo