

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan dari hasil analisis yang telah dilakukan pada penelitian ini pada bab sebelumnya, maka kesimpulan yang diperoleh dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. *Word Of Mouth* berpengaruh signifikan positif terhadap Kepercayaan Pelanggan. Peningkatan kinerja baik dari segi kedisiplinan waktu jam buka Indomaret dan ketersediaan produk yang banyak akan berpengaruh terhadap Kepercayaan Pelanggan.
2. Retensi Pelanggan berpengaruh signifikansi positif terhadap Kepercayaan Pelanggan. Peningkatan pemberian informasi yang jelas mengenai promo promo dan penawaran yang baik di berikan oleh petugas kasir akan meningkatkan Kepercayaan Pelanggan.
3. Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikansi positif terhadap Kepercayaan Pelanggan. Peningkatan pengadaan fasilitas yang lebih baik akan memberikan kenyamanan konsumen yang akan berbelanja di Indomaret dan berdampak positif terhadap Kepercayaan Pelanggan.

5.2 Keterbatasan Peneliti

Setelah melakukan penelitian, peneliti menyadari bahwa penelitian ini memiliki keterbatasan sebagai berikut :

1. Terdapat kendala yaitu mendapatkan responden yang bertempat tinggal berdomisili di Surabaya sehingga membutuhkan waktu yang sedikit lama untuk memperoleh responden yang bertempat tinggal berdomisili di Surabaya.
2. Terdapat kendala yang bersifat situasional yaitu pengisian kuesioner yang dapat mempengaruhi jawaban responden, seperti pengisian jawaban kuesioner yang sering dilakukan dengan buru-buru sehingga kurang telitnya responden dalam membaca pernyataan pada kuesioner.

5.3 Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas, terdapat beberapa saran yang diharapkan dapat bermanfaat bagi perusahaan maupun pihak-pihak lain yang bersangkutan antara lain sebagai berikut :

1. Bagi Perusahaan Indomaret

Harapannya adalah Indomaret bisa memperbanyak penyediaan produk-produk yang akan ingin dibeli oleh konsumen, agar konsumen kebutuhannya merasa tercukupi hanya dengan berbelanja di Indomaret. Retensi pelanggan juga bisa diciptakan dengan peningkatan fasilitas baik secara fisik dan non fisik misalnya seperti dengan inofasi

pembayaran elektronik kerana seiring perkembangan zaman pasti akan berdampak kepada kemajuan teknologi juga.

2. Bagi peneliti selanjutnya

Peneliti lain diharapkan dapat menambahkan variabel lain selain variabel yang telah diteliti oleh peneliti sekarang. Misalnya, peneliti dapat menambahkan variabel Loyalitas pelanggan terhadap Kepercayaan Pelanggan.



DAFTAR PUSTAKA

- U.N. (2003). *Analisis struktur terdistribusi bersama dari indikator terkait kesehatan pada lansia berbasis rumah dengan fokus pada kesehatan subjektif*. 147–173.
- Brunner, T. ., Stocklin, M., & Optwis, K. (2008). Pengaruh kepercayaan pelanggan, komitmen pelanggan dan komunikasi word of mouth terhadap loyalitas pelanggan minimarket. *Satisfaction, Image and Loyalty*, 42, 9/10.
- Dan, P., Terhadap, D., Word, K., & Mouth, O. F. (n.d.). *1 pengaruh kualitas produk dan citra merek terhadap kepuasan pelanggan dan dampaknya terhadap komunikasi*. 1–21.
- Dylan Trotsek. (2017). Tono No Title No Title. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 110(9), 1689–1699.
- H, M. (2014). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN, KEPERCAYAAN DAN LOYALITAS (Survei pada Pelanggan yang Menginap di Jambuluwuk Batu Resort Kota Batu). *Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya*, 15(2), 84813.
- Hair, J. F., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2011). PLS-SEM: Indeed a silver bullet. *Journal of Marketing Theory and Practice*, 19(2), 139–152. <https://doi.org/10.2753/MTP1069-6679190202>
- Imran, H. A. (2017). Peran Sampling Dan Distribusi Data (the Role of Sampling and Data Distribution in Communication Research Quantitative Approach). *Jurnal Studi Komunikasi Dan Media Kementerian Komunikasi Dan Informatika*, 21, 111–126.
- Joesyiana, K. (2018). Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Media Online Shop Shopee Di Pekanbaru (Survey pada Mahasiswa Semester VII Jurusan Pendidikan Akuntansi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Islam Riau). *Valuta*, 4(1), 71–85.
- Juliandi, A. (2018). *Structural Equation Model Partial Least Square (Sem-Pls)*. 1–6. <https://doi.org/10.5281/zenodo.1243777>
- Lestiyono, U. (2018). *Pengaruh kualitas produk dan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan pada konsumen cv. multi usaha raya jepara skripsi*.
- Mantauv, C. S. (2020). Pengaruh Word of Mouth Marketing Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Coffe Tamiang. *Jurnal Apresiasi Ekonomi*, 8(3), 383–391. <https://doi.org/10.31846/jae.v8i3.301>
- Motors, G., Ral, & Europe, W. (2016). *No Analisis struktur terdistribusi bersama dari indikator terkait kesehatan pada lansia berbasis rumah dengan fokus pada kesehatan subjektif*. June, 4–13.

- Nurdiani, N. (2014). Teknik Sampling Snowball dalam Penelitian Lapangan. *ComTech: Computer, Mathematics and Engineering Applications*, 5(2), 1110. <https://doi.org/10.21512/comtech.v5i2.2427>
- Ramadania, R., & Ya'alfiqih, Y. (2020). Social Media Dalam Membangun Kepercayaan Dan WOM Terhadap Voter Intention Pada Pemilihan Presiden Indonesia 2019. *Jurnal Manajemen Motivasi*, 16(1), 16. <https://doi.org/10.29406/jmm.v16i1.2126>
- Retention, C., The, I. N., & Installation, N. (n.d.). *Meningkatkan Retensi Konsumen Di Instalasi Rawat Inap Rsud " X " (Study of Customer Satisfaction To Increase Lodges ' Region Common Hospital " X ")*. 6(2), 40–59.
- Riyani, R., Maizora, S., & Hanifah, H. (2017). Uji Validitas Pengembangan Tes Untuk Mengukur Kemampuan Pemahaman Relasional Pada Materi Persamaan Kuadrat Siswa Kelas Viii Smp. *Jurnal Penelitian Pembelajaran Matematika Sekolah (JP2MS)*, 1(1), 60–65. <https://doi.org/10.33369/jp2ms.1.1.60-65>
- Rizanata, M. F. (2014). Pengaruh Kepercayaan Pelanggan Terhadap Word Of Mouth , Niat Beli Dan Retensi Pelanggan Gerai Indomaret. *Journal of Business and Banking*, 4(1), 31–42.
- Scheffer, M., & Markus, K. (2016). *No Analisis struktur terdistribusi bersama dari indikator terkait kesehatan pada lansia berbasis rumah dengan fokus pada kesehatan subjektif Title*. 3345–3356.
- Sembiring, Inka Janita; Suharyono; Kusumawati, A. (2014). PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DALAM MEMBENTUK LOYALITAS PELANGGAN (Studi pada Pelanggan McDonalds MT.Haryono Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya*, 15(1), 84504.
- Soegoto, A., Mekel, P., & Walandouw, G. (2014). Kualitas Pelayanan Dan Citra Merek Pengaruhnya Terhadap Kepercayaan Nasabah Bertransaksi E-Banking Melalui Kartu Debit Taplus Bni. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 2(2), 1261–1271. <https://doi.org/10.35794/emba.v2i2.4710>
- Space, W. L. (2014). International Standard Classification of Occupations (ISCO). *Encyclopedia of Quality of Life and Well-Being Research*, 3336–3336. https://doi.org/10.1007/978-94-007-0753-5_102084
- Sukmawati, I. (2015). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dimediasi Kepuasan Pelanggan Dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Pt Air Manado. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 3(3), 729–742. <https://doi.org/10.35794/emba.v3i3.9573>