

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini, peneliti mengemukakan hasil akhir penelitian yang diperoleh melalui pengujian dan penelitian secara menyeluruh terhadap objek beserta variabel-variabel dalam penelitian ini. Hasil-hasil temuan tersebut akan diringkas menjadi satu dalam simpulan.

Selain itu, peneliti juga memaparkan saran-saran yang berdasarkan oleh pemahaman, ide, dan berbagai batasan yang peneliti peroleh saat melalui tahap dan proses dalam melakukan pengujian dan penelitian ini. Saran-saran ini ditujukan bagi berbagai pihak-pihak yang bekepentingan dan membutuhkan di kemudian hari

A. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diperoleh, berikut kesimpulan yang peneliti rangkum:

1. Daya tarik harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
2. Insentif promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
3. Keragaman produk berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.
4. Pengalaman pelanggan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.
5. Daya tarik harga paling berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

B. Saran

Berdasarkan pengujian dan penelitian yang telah dilakukan, maka saran yang dapat diberikan oleh peneliti adalah sebagai berikut:





1. Bagi perusahaan hypermarket

Pada penelitian ini, didapatkan hasil bahwa pengaruh variabel daya tarik harga memiliki pengaruh yang paling tinggi terhadap kepuasan pelanggan. Penetapan harga yang bersaing dan terjangkau diperlukan untuk perusahaan hypermarket, dimana harga yang ditetapkan sebaiknya tidak terlalu mahal dan juga tidak terlalu murah. Namun perlu adanya keseimbangan antara harga dengan kualitas. Maka dari itu, perusahaan perlu untuk terus meningkatkan kualitas layanan dan produknya, misalnya dengan melakukan pengarahan dan pelatihan guna memberikan pemahaman dan meningkatkan kinerja staff. Selain itu perusahaan juga harus melakukan evaluasi secara berkala untuk mempertahankan kualitas layanan dan produknya.

Varibel pengalaman pelanggan juga memiliki pengaruh besar terhadap kepuasan pelanggan. Pengalaman pelanggan perlu diperhatikan agar pelanggan merasa nyaman dan senang saat berbelanja di hypermarket. Memiliki pengalaman yang baik akan terus diingat oleh pembeli. Perlu bagi perusahaan untuk meningkatkan pengalaman baik pelanggan saat berbelanja di hypermarket, diantaranya dengan menambahkan dan memperbaiki fasilitas yang dapat menambah kemudahan dan kenyamanan berbelanja, meningkatkan kebersihan dan estetika dari penataan produk di dalam hypermarket, memperhatikan staff untuk dapat melayani pelanggannya dengan baik, dan selalu memperhatikan kondisi produk-produk yang dijual agar tidak ada *defect* yang bisa mengecewakan pelanggan.

Selain variable daya tarik harga dan pengalaman pelanggan, terdapat variabel keragaman produk, yang cukup mempengaruhi kepuasan pelanggan. Kabanyakan orang ingin berbelanja di hypermarket yang lengkap, sehingga mereka

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



dapat dengan mudah menemukan produk yang mereka butuhkan atau inginkan. Kelengkapan produk berkaitan dengan keragaman produk. Perusahaan sebaiknya terus meningkatkan kelengkapan dari produknya dengan menawarkan produk yang beragam. Keberagaman tersebut mulai dari variasi jenis, ukuran, merek, bentuk, maupun desain. Namun perusahaan perlu mencari informasi dan melihat *trend* terbaru yang ada di masyarakat, dengan seperti itu perusahaan dapat memprediksi permintaan pelanggan. Perusahaan juga perlu untuk melakukan sortir pada merek-merek produk yang akan ditawarkan untuk menjaga *image* sebagai hypermarket yang berkualitas.

Variabel insentif promosi juga harus lebih diperhatikan lagi, agar pelanggan terdorong untuk berbelanja di hypermarket dan untuk mengenalkan hypermarket ke masyarakat. Perusahaan dapat memanfaatkan internet untuk melakukan promosi secara efektif dan efisien, karena pengguna internet saat ini cukup tinggi. Perusahaan dapat memanfaatkan internet sebagai sarana kegiatan pendekatan perusahaan ke pelanggan guna mempertahankan *engagement* mereka dengan pelanggan yang nantinya akan memudahkan perusahaan untuk memberikan penawaran kepada pelanggan. Selain itu internet bisa dijadikan sebagai sarana untuk melakukan periklanan *digital* untuk menarik masyarakat. Iklan yang efektif dapat dilakukan pada *platform* media sosial seperti *Instagram*, *Tiktok*, *YouTube*, dan lainnya. Perusahaan perlu juga meningkatkan frekuensi dari periklanannya dan kualitas iklannya. Meningkatkan kualitas iklan dapat dilakukan dengan mengubah bentuk dan gaya komunikasi dalam beriklan, seperti menggunakan *influencers*, animasi, dan lainnya yang dianggap paling efektif. Mempertahankan penawaran yang menarik diperlukan bagi perusahaan, karena penawaran menarik dapat meningkatkan keinginan pelanggan untuk berbelanja.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



2. Bagi penelitian selanjutnya

- Peneliti selanjutnya dapat melakukan penelitian menggunakan variabel bebas lain seperti gaya hidup, kualitas layanan, citra merek, dan lain sebagainya. Hal tersebut berdasarkan dari hasil penelitian ini dimana kepuasan pelanggan masih dapat dipengaruhi oleh variabel lainnya. Penelitian ini juga memiliki keterbatasan yang membuat subjek penelitian berfokus pada konsumen yang pernah berbelanja di Giant Ekstra Kota Harapan Indah. Maka dari itu ada baiknya apabila penelitian selanjutnya dapat menggunakan subjek penelitian yang lebih luas.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik IBI RKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.