

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini akan membahas kesimpulan dari hasil penelitian dan pengolahan data, serta saran untuk penelitian. Bab ini terbagi menjadi dua subbab dan menjadi bab terakhir pada penelitian ini. Berikut merupakan penjabaran dari setiap bab.

V.1 Kesimpulan

Kesimpulan disusun berdasarkan tujuan penelitian yang telah ditetapkan sebelumnya dan menjawab dari rumusan masalah. Berdasarkan seluruh proses penelitian yang telah dilakukan, terdapat dua kesimpulan yang dapat ditarik. Berikut merupakan hasil kesimpulan yang didapatkan pada penelitian ini.

1. Niat beli ulang terhadap toko Victory Accessories secara langsung dipengaruhi oleh kepuasan pelanggan, dan secara tidak langsung niat beli ulang dipengaruhi oleh kualitas pelayanan, suasana toko, harga, dan lokasi.
2. Terdapat 7 usulan perbaikan yang dapat diberikan kepada Toko Victory Accessories berdasarkan faktor yang mempengaruhi niat beli ulang tersebut. Usulan perbaikan terdiri dari 2 usulan perbaikan kualitas pelayanan, 3 usulan perbaikan suasana toko, 1 usulan perbaikan harga, dan 1 usulan perbaikan lokasi.

V.2 Saran

Selama proses penelitian tentunya masih banyak kekurangan, maka terdapat saran untuk penelitian berikutnya. Saran yang diberikan dapat menjadi masukan dan pertimbangan untuk penelitian serupa di masa mendatang. Berikut saran yang dapat diberikan untuk peneliti berikutnya.

1. Pada penelitian berikutnya dapat menggunakan referensi jurnal dan literatur lebih sesuai dengan objek penelitian
2. Pada penelitian berikutnya melakukan observasi dan analisis lebih lanjut mengenai profil responden dan target responden

3. Pada penelitian berikutnya mempertimbangkan faktor lain dalam usulan seperti dari waktu dan biaya

DAFTAR PUSTAKA

- Bahruzen, Kormasyah Dia, & N Prasetya. (2020). Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Minat Pembelian Ulang Konsumen Pada Toko Ritel. *Jurnal Perspektif Bisnis, Vol 3*, 33-43
- Chin, W. (1998). 'The partial least squares approach to structural equation modeling'. *Modern Methods for Business Research*, 295-358.
- Cronin, J., & Taylor, S. (1994). SERVPERF versus SERVQUAL : Reconciling Performance-Based and Perceptions-Minus-Expectations Measurement of Service Quality. *Journal of Marketing, Vol 56*, 125-131.
- Cronin, J., & Taylor, S. A. (1992). Measuring Service Quality : A Reexamination and Extension. *Journal of Marketing* , Vol 56, 55-58.
- Dhiesta. (2002). *Konvensional, Inovatif, dan Deciance*. Jakarta: PT. Gramedia.
- Featherstone, M. (2008). *Posmodernisme dan Budaya Konsumen*. Yogyakarta: Pustaka Belajar.
- Febriana, P. (2020). Pengaruh dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Lazizaa Chicken and Pizza Dijambangan Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga, Volume 8 No 1*, 744-749.
- Garson, G. (2016). *Partial Least Square : Regression & Structural Equation Models*. Statistical Publishing Associates . New York : Statistical Publishing Squares
- Hair Joseph. (2017). *A Primer on Partial Least Squares Strucutral Equation Modeling (PLS-SEM)*. New Jersey: In Sage Publication Inc.
- Hellier , P. K., Guersen, G. M., Carr, R. A., & Rickard, J. A. (2003). Customer Repurchase Intention (A General Structural Equation Model). *European Journal of Marketing, Vol 37*, 1762-1800.
- Indonesia, Kementerian Komunikasi. (2019). *Kemkominfo : Pertumbuhan E-commerce Indonesia Capai 78 Persen*.
- Jaoulis, F & Dharmawan, C. T.,. (2020). Pengaruh Sales Promotion, Perceived Quality, dan After Sales Services Terhadap Repurchase Intention : Studi Kasus Morojoyo Toys. *Jurnal Fakultas Bisnis dan Ekonomi Petra*.

- Jones , M. A., Mothersbaugh, D., & Beatty, S. E. (2003). The Effects of Locational Convenience on Customer Repurchase Intentions Across Service Types. *Journal of Services Marketing*, 701-712.
- Kasmir. (2016). *Pengantar Manajemen Keuangan*. Jakarta: Kencana.
- Kotler, P., & Keller , K. L. (2015). *Marketing Management (14th edition)*. Prentice Hall.
- Listiawati, Afriani, R. I., & Solehan, T. (2017). Pengaruh Promosi dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen di PT. Indomaret Suralaya. *Jurnal Riset Akuntansi Terpadu*, Vol 10 256-270.
- Liu, P., & Tse, E. (2018). Exploring factors on customers' restaurant choice: an analysis. *British Food Journal*, Vol 10, 7-70.
- Malhotra, N. K., & Birks, D. F. (2005). *Marketing Research : An Applied Approach, 2nd Edition*. London: Pretince-Hall.
- Martilla, A. J., & James, C.J. (1977) Importance-Performance Analysis. *The Journal of Marketing*, 77-79
- Maulana, A. S. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. TOI. *Jurnal Ekonomi Volume 7 Nomor 2*, 113-125.
- Melisa, & Fietroh, M. N. (2021). Pengaruh Kelengkapan Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Baby Shop Roberto Sumbawa. *Jurnal Manajemen dan Bisnis, Volume 4 No 2*, 10-17.
- Nursanti, T. D., & Herlina. (2012). Analisis Pengaruh Suasana Toko, Variasi Merchandise, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Aksesoris Gadget : Studi Kasus Gerai Wellcommshop Mal Citraland. *Jurnal Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Komunikasi, BINUS University*, 5-17.
- Panthura, G. (2011). The Moderating Effect of Customer Perceived Value on Repurchase Intention of Consumers in OTOP Food. *The 8th SMEs in a Global Economy Conferences 2011 : "Rising to the Global Challenge : Entrepreneurship and SMEs development in Asia"*, 1-24.
- Raihana, P. Y & Setiawan M. (2018). Antecedent Kepuasan Pelanggan dan Dampaknya Pada Niat Pembelian Ulang. *E-Jurnal Manajemen Unud*, Vol 7, 1892-1919.

- Ryu, K., & Han, H. (2010). Influence of Physical Environment On Disconfirmation, Customer Satisfaction, and Customer Loyalty For First Time and Repeat Customer in Upscale Restaurant. *International CHRIE Conference Refereed Track*.
- Sekaran, U. (2003). *Research Methods for Business (Fourth Edition)* . Carbondale: John Wiley & Sons, Inc.
- Setiadi Nugroho J. (2003). *Perilaku Konsumen : Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Simamora Bilson. (2003). *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Umum
- Solomon, M. R. (2016). *Consumer Behaviour A European Perspective Sixth Edition*. Prentice Hall.
- Sugiyono, P. D. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Levy & Weitz. (2018). *Retailing Management*. New York: McGraw-Hill.
- Yoo. (2000). An Examination of Selected Marketing Mix Elements and Brand Equity. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 195-211.
- Yusuf, M., Oswari, T., & Hastuti, E. (2021). Pengaruh Suasana Toko, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan McDonoalds di Kota Depon. *UG Jurnal Vol 15*, 46-52.
- Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2007). *Services Marketing : Integrating Customer Focus Across the Firm (Seventh Edition)*. New York: McGraw-Hill Education.