

BAB 5

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan kepada 100 responden tentang Pengaruh Kepuasan atas Harga dan Kepuasan atas Ketersediaan Produk Terhadap *Word of Mouth*. Peneliti berkesimpulan sebagai berikut:

- **Kepuasan Konsumen atas Harga di Hero Supermarket 23 Paskal Bandung**

Melalui penelitian yang telah dilakukan mengenai Kepuasan Konsumen atas Harga di Hero Supermarket 23 Paskal Bandung, hasil rata-rata hitung sebesar 3,6 yang diinterpretasikan sebagai cukup baik. Dari hal tersebut memiliki arti bahwa konsumen sudah cukup puas terhadap harga produk yang dijual di Hero Supermarket 23 Paskal Bandung karena sesuai dengan kualitas dan layanan yang didapat saat mereka berbelanja. Namun ada beberapa hal seperti harga yang tidak setara dan kurang terjangkau dibandingkan supermarket lain di Kota Bandung, yang membuat konsumen lebih memilih supermarket lain, dibandingkan dengan Hero Supermarket 23 Paskal Bandung.

- **Kepuasan Konsumen atas Ketersediaan Produk di Hero Supermarket 23 Paskal Bandung**

Melalui penelitian yang telah dilakukan mengenai Kepuasan Konsumen atas Ketersediaan Produk di Hero Supermarket 23 Paskal Bandung, hasil rata-rata hitung sebesar 3,98 yang menginterpretasikan bahwa ketersediaan produk di Hero 23 Paskal sudah cukup baik. Mayoritas responden merasa mereka sudah cukup puas terhadap ketersediaan produk di Hero 23 Paskal, mulai dari tata letak produk, persediaan produk, kemudahan membeli produk, hingga kelengkapan produk dinilai cukup baik oleh responden.

- ***Word of Mouth* di Hero Supermarket 23 Paskal Bandung**

Melalui penelitian yang telah dilakukan mengenai *Word of Mouth* di Hero Supermarket 23 Paskal Bandung, hasil rata-rata hitung sebesar 3,54 yang menginterpretasikan bahwa *word of mouth* di Hero 23 Paskal sudah cukup

tinggi. Mayoritas responden merasa mereka tertarik untuk menceritakan pengalaman berbelanja mereka kepada orang lain. Namun mayoritas konsumen hanya tertarik untuk bercerita, tapi tidak untuk mendorong, mengajak dan membujuk orang lain untuk datang berbelanja di Hero 23 Paskal dengan rata-rata r hitung yang terinterpretasikan cukup rendah.

- **Pengaruh Kepuasan Konsumen atas Harga Terhadap *Word of Mouth* di Hero Supermarket 23 Paskal Bandung**

Terdapat pengaruh positif yang signifikan antara variabel Kepuasan atas Harga (X1) terhadap *Word of Mouth* (Y) dengan nilai sebesar 0,342. Nilai tersebut harus $\leq 0,05$ sehingga Kepuasan Konsumen atas Harga (X1) berpengaruh secara signifikan terhadap *Word of Mouth* (Y). Lalu besarnya pengaruh Kepuasan Konsumen atas Harga (X1) terhadap *Word of Mouth* (Y) yaitu sebesar 0,342 atau 34,2%. Berdasarkan hal tersebut maka H1 dalam penelitian ini diterima.

- **Pengaruh Kepuasan Konsumen atas Ketersediaan Produk Terhadap *Word of Mouth* di Hero Supermarket 23 Paskal Bandung**

Terdapat pengaruh positif yang signifikan antara variabel Kepuasan atas Ketersediaan Produk (X2) terhadap *Word of Mouth* (Y) dengan nilai sebesar 0,166. Nilai tersebut harus $\leq 0,05$ sehingga Kepuasan Konsumen atas Ketersediaan Produk (X2) berpengaruh secara signifikan terhadap *Word of Mouth* (Y). Lalu besarnya pengaruh Kepuasan Ketersediaan Produk (X2) terhadap *Word of Mouth* (Y) yaitu sebesar 0,166 atau 16,6%. Berdasarkan hal tersebut maka H2 dalam penelitian ini diterima.

- **Pengaruh Kepuasan Konsumen atas Harga dan Ketersediaan produk Terhadap *Word of Mouth* di Hero Supermarket 23 Paskal Bandung**

Terdapat pengaruh positif yang signifikan antara variabel Kepuasan atas Harga (X1) dan Kepuasan atas Ketersediaan Produk (X2) terhadap *Word of Mouth* (Y) dengan nilai sebesar 0,767 atau 76,7%. Dalam hal lain, variabel lain yang tidak diukur dalam penelitian ini sebesar 23,3%. Nilai tersebut harus $\leq 0,05$ sehingga Kepuasan Konsumen atas Harga (X1) dan Ketersediaan Produk (X2) memiliki pengaruh secara simultan terhadap *Word of Mouth* (Y). Lalu besarnya pengaruh Kepuasan Konsumen atas

Kepuasan Konsumen atas Harga (X1) dan Ketersediaan Produk (X2) terhadap *Word of Mouth* (Y) yaitu sebesar 0,767 atau 76,7%. Berdasarkan hal tersebut maka H3 dalam penelitian ini diterima.

5.2. Saran

Melalui hasil penelitian yang telah didapatkan dari penelitian mengenai Kepuasan Konsumen atas Harga dan Ketersediaan produk Terhadap *Word of Mouth* di Hero Supermarket 23 Paskal Bandung, penulis ingin memberikan saran kepada Hero Supermarket 23 Paskal Bandung. Berikut adalah saran yang diberikan:

- **Kepuasan Konsumen atas Harga di Hero Supermarket 23 Paskal Bandung**

Berdasarkan hasil penelitian yang sudah dilakukan, harga produk yang ditawarkan oleh Hero 23 Paskal memang sudah sesuai dengan kualitas tempat, layanan, dan produk itu sendiri. Namun pihak manajemen dapat melakukan pemotongan beban operasional yang mempengaruhi harga produk seperti *overhead cost*. Mayoritas responden berpendapat bahwa harga di Hero Supermarket 23 Paskal Bandung tidak sebanding dengan supermarket lain yang setara dengan Hero, sehingga agar dapat lebih menyaingi supermarket lain, Hero bisa melakukan penyesuaian harga dengan kompetitor.

- **Kepuasan Konsumen atas Ketersediaan Produk di Hero Supermarket 23 Paskal Bandung**

Berdasarkan hasil penelitian yang sudah dilakukan, ketersediaan produk di Hero Supermarket 23 Paskal Bandung sudah sangat cukup baik dan lengkap. Sebaiknya Hero diharapkan bisa terus mempertahankan kemampuannya dalam menyediakan produk-produk yang beragam sesuai dengan kebutuhan konsumen.

- ***Word of Mouth* di Hero Supermarket 23 Paskal Bandung**

Berdasarkan hasil penelitian yang sudah dilakukan, *word of mouth* yang beredar mengenai Hero 23 Paskal, soal pengalaman belanja mayoritas adalah positif. Berkaitan dengan kenyamanan dan kemudahan saat berbelanja produk di Hero 23 Paskal. Namun rendahnya ketertarikan

konsumen untuk mendorong, mengajak, dan membujuk orang lain untuk berbelanja di Hero 23 Paskal hal ini merupakan hal yang cukup penting. Hero 23 Paskal bisa dapat lebih sering melakukan *sales promotion*, menghadirkan potongan-potongan harga dan promo menarik yang dimana akan dapat membuat konsumen lebih tertarik untuk datang berbelanja dan juga mengajak orang lain untuk berbelanja di Hero Supermarket 23 Paskal Bandung.

DAFTAR PUSTAKA

- Alvianna, S., Husnita, I., Hidayatullah, S., Lasarudin, A., & Estikowati. (2021). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Panderman Coffeee Shop di Masa Pandemi Covid-19. *Journal of Management and Business Review*, 18, 380-392.
- Armstrong, G., Kotler, P., & Opresnik, M. O. (2023). *Marketing An Introduction FIFTEENTH EDITION*. Pearson Education.
- Arsyad, M. R. (2023). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Mirai Management*, 185.
- Cahyani, P. D., Utami, N., & Lestari, S. B. (2022). PENGARUH WORD OF MOUTH, KESADARAN MEREK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN(STUDI PADA KONSUMEN MIE GACOAN DI YOGYAKARTA). *Jurnal Valuasi: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen dan Kewirausahaan*, 2, 854.
- CNBC Indonesia. (2023, November 2023). *CNBC Indonesia*. Retrieved from [cnbcindonesia.com:
https://www.cnbcindonesia.com/news/20231116180932-4-489667/begini-ramalan-bisnis-ritel-di-tahun-politik-2024](https://www.cnbcindonesia.com/news/20231116180932-4-489667/begini-ramalan-bisnis-ritel-di-tahun-politik-2024)
- Dandis, A. O., Jarrad, A. A., Mukattash, J. M., & Hassouneh, A. G. (2022). The effect of multidimensional service quality on word of mouth in university on-campus healthcare centers. *The TQM Journal*, 34, 704.
- Fakhrudin, A., Yudianto, K., & A.D., Y. S. (2021). Word of mouth marketing berpengaruh terhadap keputusan kuliah. *FORUM EKONOMI FEB UNMUL*, 649.
- Farisi, S., & Siregar, Q. R. (2020). Pengaruh Harga dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan Pengguna Jasa Transportasi Online di Kota Medan. *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 151.
- Fransiska, I., & Madiawati, P. N. (2021). ANALYSIS OF THE EFFECT OF PRICE, PROMOTION, SERVICE QUALITY, AND BRAND IMAGE ON PURCHASING DECISIONS ON SHOPEE USERS IN BANDUNG. *e- Proceeding of Management*, 3344.

- Kompas.id. (2021, Juni 3). *Industri Ritel di Indonesia: Regulasi, Sejarah, Potret, dan Tantangan*. Retrieved from KOMPAS.ID: <https://www.kompas.id/baca/paparan-topik/2021/06/03/industri-ritel-di-indonesia-regulasi-sejarah-potret-dan-tantangan>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2022). *Marketing Management*. Pearson Education.
- Kotler, P., Armstrong, G., & Balasubramanian, S. (2024). *Principles of Marketing NINETEENTH EDITION*. Pearson Education.
- Masili, V., Lumanauw, B., & Tielung, M. V. (2022). PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DENGAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA USAHA TOKO BAHAN BANGUNAN MENTARI DI DESA SEA KECAMATAN PINELENG KABUPATEN MINAHASA. *Jurnal EMBA*, 46.
- Himawati, D., & Firdaus, M. F. (2021). Pengaruh Word Of Mouth dan Manfaat Terhadap Keputusan Menggunakan E-Wallet Dana Melalui Kepercayaan Pelanggan di Jabodetabek. *INOBIS: Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia*, 4, 426.
- Indah, F., & Madiawati, P. N. (2021). ANALISIS PENGARUH HARGA, PROMOSI, KUALITAS PELAYANAN, DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PENGGUNA SHOPEE DI BANDUNG. *e-Proceeding of Management*, 8(4), 3344.
- Kotler, P., Armstrong, G., & Balasubramanian, S. (2023). *Principles of Marketing*. Harlow: Pearson Education Limited.
- Kotler, P., Keller, K., & Chernev, A. (2021). *Marketing Management, Global Edition*. Pearson.
- L, E. Y., Siboro, P., & Yokanan, R. T. (2023). Pengaruh promotion, store atmosphere, dan service quality terhadap customer satisfaction dimediasi oleh purchase decision. *INOVASI: Jurnal Ekonomi, Keuangan dan Manajemen*, 153.
- Liananda, I., Hildayanti, S. K., & Kurniawan, M. (2024). Pengaruh Word of Mouth dan Product Innovation Terhadap Minat Beli Konsumen Tetra Coffee

- Palembang. *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi)*, 10, 1265.
- Maknun, L., & Mahendri, W. (2024). PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA DAN CUSTOMER EXPERIENCE TERHADAP WORD OF MOUTH PADA SKINCARE BRAND EMINA. *Journal of Information Systems Management and Digital Business (JISMDB)*, 1, 41.
- Ningsi, W. P., & Ekowati, S. (2021). PENGARUH PROMOSI DI MEDIA SOSIAL DAN WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SKINCARE MS GLOW . *JURNAL MANAJEMEN MODAL INSANI DAN BISNIS (JMMIB)*, 51.
- Nisa, K. (2022). Pengaruh Persepsi Harga, Citra Merek, dan Word of Mouth terhadap Keputusan Pembelian (Studi Produk Kopi Janji Jiwa Tanjung Duren Jakarta). *JURNAL ILMU MANAJEMEN TERAPAN*, 46.
- Nurhayaty, M. (2022). STRATEGI MIX MARKETING (PRODUCT, PRICE, PLACE, PROMOTION, PEOPLE, PROCESS, PHYSICAL EVIDENCE) 7P DI PD RASA GALENDO KABUPATEN CIAMIS. *Jurnal Media Teknologi*, 121.
- Prilano, K., Sudarso, A., & Fajrillah. (2020). Pengaruh Harga, Keamanan dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Toko Online Lazada. *Journal of Business and Economics Research (JBE)*, 1, 1-10.
- Purnama, N. I., Nasution, M. F., & Astuti, R. (2021). Pengaruh Harga Kelengkapan Produk Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Di 212 Mart. *Jurnal AKMAMI (Akuntansi, Manajemen, Ekonomi)*, 3, 77.
- Risanti, A. M., & Sulaeman, E. (2023). Analisa Pengaruh Marketing Mix 7p Terhadap Keputusan Pembelian Produk Dan Jasa (Studi Kasus Pada Bunda Collection Karawang). *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research*, 6089.
- Ruliati, R. A., Satoto, E. B., & Sanosra, A. (2023). Pengaruh Fasilitas Rumah Sakit Dan Harga Pelayanan Terhadap Word Of Mouth Melalui Kepuasan Pasien. *RELASI : Jurnal Ekonomi*, 19, 396-410.
- Saputra, A. A., & Budiarti, E. (2023). PENGARUH KUALITAS PRODUK, SUASANA TOKO DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP WORD OF

- MOUTH TOKO VENUS SPORT DI SURABAYA. *Neraca Manajemen, Ekonomi*, 2.
- Sari, R. M., & Prihartono. (2021). PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi)*, 1172.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research Methods For Business: A Skill Building Approach*. Wiley.
- Seriana, Nico, Fransiska, V., Tjuang, V., & Jesston. (2024). Analisis Kepuasan Pelanggan Berbelanja di Pasar Swalayan Maju Bersama terhadap Ketersediaan Produk Sembako. *SAMMAJIVA: Jurnal Penelitian Bisnis dan Manajemen*, 2, 307-317.
- SetKab RI. (2024, February 11). *Sekretariat Kabinet Republik Indonesia*. Retrieved from Setkab.go.id: <https://setkab.go.id/dinamika-pertumbuhan-ekonomi-indonesia-2023-dan-proyeksi-tantangan-2024/>
- Sinaga, D. Y., & Sukati, I. (2023). Pengaruh Online Customer Review, Kepercayaan dan Ketersediaan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Ms Glow di Kota Batam. *eCo-Buss*, 6, 579.
- Sugiharto, S., & Renata, M. (2020). PENGARUH KETERSEDIAAN PRODUK DAN HARGA TERHADAP PEMBELIAN ULANG DENGAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING DALAM STUDY KASUS AIR MINUM DALAM KEMASAN (AMDK) CLEO DI KELURAHAN GUNUNG ANYAR SURABAYA. *Jurnal Strategi Pemasaran*.
- Suhardi, Y., Zulkarnaini, Burda, A., Darmawan, A., & Klarisah, A. N. (2022). Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan dan Fasilitas terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Sekolah Olahraga Binasehat Bekasi. *Jurnal STEI Ekonomi (JEMI)*, 31(2), 31-41.
- Sumarsid, & Paryanti, A. B. (2022). PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA GRABFOOD (STUDI WILAYAH KECAMATAN SETIABUDI). *JURNAL ILMIAH M-PROGRESS*, 74.

- tempo.co. (2022, July 13). *bisnis.tempo.co*. Retrieved from [bisnis.tempo.co: https://bisnis.tempo.co/read/1611499/supermarket-dan-swalayan-beda-pengertiannya-tahukah](https://bisnis.tempo.co/read/1611499/supermarket-dan-swalayan-beda-pengertiannya-tahukah)
- Vanessa, Lucia, Junvellen, H., & Hutagaol, M. G. (2024). Analisis Ketersediaan Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Berbelanja Di Maju Bersama Cabang Thamrin Plaza Medan. *Jurnal Mahasiswa Eka Prasetya, 1*, 1-9.
- Walangitan, B. Y., Dotulong, L. O., & Poluan, J. G. (2022). PENGARUH DISKON HARGA, PROMOSI DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP MINAT KONSUMEN UNTUK MENGGUNAKAN TRANSPORTASI ONLINE (STUDI PADA KONSUMEN MAXIM DI KOTA MANADO). *Jurnal EMBA, 513*.
- Watung, V. A., Wenas, R. S., & Kawet, R. C. (2022). ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, DIFERENSIASI PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PT ALFAMART CABANG MOTOLING MINSEL. *Jurnal EMBA, 82-95*.
- Wibowo, F. C., Fathorrahman, P., & Pradiani, T. (2024). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP WORD OF MOUTH, MELALUI KEPUASAN ORANG TUA SEBAGAI VARIABLE INTERVENING PADA LEMBAGA KURSUS GAMBAR FUNART STUDIO DI KOTA SEMARANG. *JurnalKRISNA: Kumpulan Riset Akuntansi, 15*, 330-340.
- Wijaya, F., & Sujana. (2020). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Serta Dampaknya Terhadap Word Of Mouth. *Jurnal Ilmiah Pariwisata Kesatuan, 1*, 9-18.
- Zakaria, R. (2020). PENGARUH WORD OF MOUTH DAN ATRIBUT PRODUK TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA HELM NHK MASYARAKAT KECAMATAN ULOK KUPAI. *JMMIB: JURNAL MANAJEMEN MODAL INSANI DAN BISNIS, 1*, 43.
- Zikri, A., & Harahap, M. I. (2022). Analisis Kualitas Pelayanan Pengiriman Barang terhadap Kepuasan Konsumen pada PT Pos Indonesia (Persero) Regional I Sumatera. *Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi dan Manajemen (JIKEM), 925*.