



### **Hak cipta dan penggunaan kembali:**

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

### **Copyright and reuse:**

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Hasil analisis data dengan menggunakan *Structural Equation Modeling* (SEM) menunjukkan data pada penelitian ini semuanya memiliki kecocokan dengan model penelitian yang diajukan. Seluruh indikator pada model pengukuran memiliki kriteria valid dan seluruh variabel memiliki reliabilitas atau konsistensi pengukuran yang baik, sehingga hasil dari model struktural tersebut dapat disimpulkan

1. *Perceived Product Quality* berpengaruh positif terhadap *Customer Satisfaction*. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik persepsi terhadap kualitas produk yang dirasakan oleh konsumen akan produk G2000, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan konsumen terhadap produk G2000.
2. *Physical Quality* berhubungan positif terhadap *Customer Satisfaction*. Hal ini menunjukkan bahwa semakin bagus atau menarik tampilan kualitas fisik toko di mata konsumen, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan konsumen.

3. *Staff Behaviour* berpengaruh positif terhadap *Customer Satisfaction*. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik pelayanan yang diberikan oleh *staff* gerai G2000 Mall Taman Anggrek terhadap konsumen, maka semakin tinggi juga tingkat kepuasan konsumen akan pelayanan yang diberikan oleh *staff* gerai G2000 Mall Taman Anggrek.
4. *Perceived Price* berpengaruh positif terhadap *Customer Satisfaction*. Hal ini menunjukkan bahwa semakin seimbang harga dengan kualitas produk yang didapatkan oleh konsumen, maka konsumen semakin puas.
5. *Customer Satisfaction* berpengaruh positif terhadap *Repurchase Intention*. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat kepuasan konsumen, maka semakin tinggi pula keinginan konsumen untuk membeli produk G2000 gerai Mall Taman Anggrek kembali.

## **5.2 Saran**

### **5.2.1 Saran Bagi Perusahaan**

Dalam penelitian ini penulis menemukan hasil penelitian yang menunjukkan bahwa *Perceived Product Quality* memiliki pengaruh terhadap *Customer Satisfaction*, *Physical Quality* memiliki pengaruh terhadap *Customer Satisfaction*, *Staff Behaviour* memiliki pengaruh terhadap *Customer Satisfaction*, *Perceived Price* memiliki pengaruh terhadap *Customer Satisfaction*, dan *Customer Satisfaction* memiliki pengaruh terhadap *Repurchase Intention*. Maka saran yang diberikan dari hasil penelitian ini adalah:

1. Diharapkan G2000 lebih meningkatkan kualitas produknya dan membuat model aksesoris dan pakaian yang mengikuti perkembangan tren *fashion* yang sedang berlangsung sehingga model dari produk G2000 tersebut tidak ketinggalan zaman agar produk G2000 dapat lebih dikenal oleh kalangan masyarakat luas dan dapat diterima oleh masyarakat

Selanjutnya membuat suatu keunikan atau ciri khas dari produk *fashion* G2000 tersebut dengan menciptakan produk yang memiliki bahan cepat menyerap keringat, memiliki sirkulasi udara yang tidak menyebabkan bau tak sedap apabila pakaian tersebut dipakai dalam waktu yang cukup lama.

Sebaiknya G2000 juga membuat produk dari bahan Viscose yang memiliki keunggulan seperti : terasa lembut apabila dikenakan, dingin di kulit, bahannya jatuh dan tidak kaku dibandingkan dengan bahan Cotton yang masih terasa sedikit kaku. ciri khas tersebut menjadi keunggulan dari produk G2000 itu sendiri dibandingkan dengan kompetitor di kelasnya.

2. Sebaiknya fasilitas toko dan penampilan fisik toko lebih diperhatikan lagi, seperti *fitting room* di gerai G2000 ditambahkan dengan jumlah yang seperlunya agar konsumen tidak menunggu lama jika ada konsumen lain menggunakan *fitting room*. Selain itu perlu juga penataan tempat agar konsumen menjadi leluasa, penataan produk agar efisien dalam menghemat waktu konsumen, serta desain *interior* yang disesuaikan dengan tema atau tren yang terjadi, dan lebih meningkatkan kebersihan toko, seperti jika lantai terlihat kotor sebaiknya cepat dibersihkan.

3. Sebaiknya perusahaan lebih sering memberikan *training* kepada *staff* G2000 Mall Taman Anngrek untuk meningkatkan *knowledge* karyawan mengenai cara melayani konsumen dengan baik dan mengenai produk G2000 agar pada saat ditanya oleh konsumen, maka *staff* G2000 dapat menjelaskan mengenai produk G2000 secara detail, sehingga konsumen juga merasa puas karena pertanyaan mereka dapat dijelaskan secara lengkap.
4. G2000 diharapkan lebih memperjelas target pasar dari produknya sendiri, dikarenakan konsumen merasa kebingungan dengan diskon harga produk G2000 yang sangat besar sehingga membuat citra yang tidak jelas yang dirasakan oleh konsumen akibat adanya diskon harga yang sangat besar.

Sebaiknya jika ingin bersaing dengan kompetitor G2000 juga perlu menjaga citra merek mereka yang pada awalnya menasar kepada target kelas menengah ke atas dengan memberikan diskon tidak lebih dari 50%.

5. Dilakukan promosi yang lebih gencar lagi dengan media online jika ingin menghemat biaya dan membuat keunggulan produk yang dapat bersaing dengan produk *fashion* yang lebih familiar di telinga masyarakat sehingga masyarakat yang pernah membeli produk G2000 berdasarkan rasa ingin tahu akan produk tersebut dapat menjadi percaya kepada produk G2000 akan kualitas produknya kemudian mereka dapat merekomendasikan ke orang lain, bahkan adanya niat untuk membeli produk G2000 kembali.

### 5.2.2 Saran Bagi Penelitian Selanjutnya

Pada penelitian ini tidak lepas dari ketidaksempurnaan peneliti selama melakukan penelitian, sehingga diharapkan pada penelitian selanjutnya dapat mendapatkan hasil yang lebih baik lagi. Berikut ini merupakan saran yang dapat digunakan bagi penelitian selanjutnya:

1. Pada penelitian selanjutnya dapat memakai penelitian ini sebagai acuan untuk mengukur fenomena yang terjadi pada produk selain produk merek G2000 atau produk diluar produk *fashion*.
2. Pada penelitian selanjutnya dapat menambahkan lebih banyak lagi kriteria pada profil responden agar lebih relevan. Kriteria tersebut meliputi usia (target pasar), domisili, profesi, rata-rata pengeluaran responden tiap bulan, dan kriteria-kriteria lain yang mendukung kriteria penelitian. Dikarenakan pada penelitian ini usia (target pasar), domisili, dan kriteria-kriteria yang telah disebutkan tidak menjadi kriteria sampel unit (*screening*) pada penelitian ini. Pada penelitian ini menggunakan *convenience sampling* yang memiliki kriteria sedikit. Pada penelitian selanjutnya dapat menggunakan *judgemental sampling* yang memiliki kriteria sampel unit yang lebih banyak.