



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

Berdasarkan analisis tentang “Pengaruh *In-Store Logistics Performance* Terhadap *Customer Loyalty* Melalui *Store Image* dan *Customer Satisfaction* (Studi Pada Hypermart Gading Serpong)” maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. *In-store logistic performance* berpengaruh positif terhadap *customer satisfaction*, dimana dari uji statistik menunjukkan nilai P sebesar 0,004, dimana nilai P berada dibawah 0,05. Dengan hasil yang didapat maka dapat disimpulkan bahwa dengan adanya peningkatan *in store logistic performance* maka akan meningkatkan *customer satisfaction* dalam berbelanja di Hypermart Gading Serpong.
2. *In-store logistic performance* berpengaruh positif terhadap *store image*, dimana dari uji statistik menunjukkan nilai P sebesar 0,000, dimana nilai P berada dibawah 0,05. Dengan hasil yang didapat maka dapat disimpulkan bahwa dengan adanya peningkatan *in store logistic performance* maka akan meningkatkan *store image* dalam berbelanja di Hypermart Gading Serpong.
3. *Store image* berpengaruh positif terhadap *customer satisfaction*, dimana dari uji statistik menunjukkan nilai P sebesar 0,000, dimana nilai P berada dibawah 0,05. Dengan hasil yang didapat maka dapat disimpulkan bahwa dengan adanya peningkatan *store image* terhadap toko, maka akan

meningkatkan *customer satisfaction* dalam berbelanja di Hypermart Gading Serpong.

4. *Customer satisfaction* berpengaruh positif terhadap *customer loyalty*, dimana dari uji statistik menunjukkan nilai P sebesar 0,000, dimana nilai P berada dibawah 0,05. Dengan hasil yang didapat maka dapat disimpulkan bahwa dengan adanya peningkatan *customer satisfaction* dalam diri konsumen, maka akan meningkatkan *customer loyalty* dalam berbelanja di Hypermart Gading Serpong.
5. *In-store logistic performance* berpengaruh positif secara tidak langsung terhadap *customer satisfaction* yang dimediasi oleh *store image*, dimana uji statistik menunjukkan nilai P sebesar 0,001 yang dilihat dari *two tailed signicance total effects* dimana nilai $P < 0,05$ Dengan hasil yang didapat maka dapat disimpulkan bahwa, dengan adanya peningkatan *in store logistic performance* yang dimediasi oleh *store image* maka akan meningkatkan *customer satisfaction* dalam berbelanja di Hypermart Gading Serpong.

5.2 Saran

Saran dalam penelitian ini dibagi menjadi dua, yakni saran bagi perusahaan dan saran bagi peneliti selanjutnya

5.2.1 Saran Bagi Perusahaan

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa *in-store logistic performance* memiliki pengaruh terhadap *customer loyalty* dengan melalui *customer*

satisfaction, dan *store image*. Hal ini menunjukkan, bila dengan *in-store logistic performance* toko yang baik, dapat memenuhi kepuasan konsumen terhadap toko, yang akhirnya memengaruhi kesetiaan konsumen terhadap toko.

In-store logistic performance memiliki 5 dimensi, yakni *shelf stock out*, *returns*, *shopping aids and convenience*, *product accesbility*, dan *information*. Dari kelima dimensi tersebut, penulis menekankan pada dimensi *shelf stock out*, *shopping aids and convenience*, dan *information*. Penekanan pada ketiga dimensi tersebut, didasarkan pada hasil data yang didapatkan, bahwa ketiga dimensi memiliki rata-rata terendah dibandingkan dengan dimensi lainnya. Adapun saran mengenai *in-store logistic performance* dalam penelitian ini, adalah:

1. Meningkatkan sistem logistik di Hypermart Gading Serpong, khususnya untuk *restock* barang. Dimana sering terjadi barang kehabisan *stock*, khususnya elektronik. Dengan meningkatkan sistem, maka dapat meningkatkan kinerja karyawan, serta dapat memantau *stock* dengan cepat, dan barang yang nilainya dibawah kartu *stock*, dapat melakukan pemesanan barang. Sistem yang perlu dilakukan hypermart adalah *stock cycle counting*. *Stock cycle counting* dapat meningkatkan keakuratan persediaan dan di samping itu terjadi penghematan biaya yang signifikan bila dibandingkan dengan penghitungan persediaan fisik yang biasa dilakukan, sehingga dapat menjaga akurasi dan menghindari adanya *stock* yang *expired*.
2. Melakukan *review* sistem informasi, dengan mengimplementasikan *Radio Frequency Identification* (RFID) di Hypermart Gading Serpong. RFID adalah istilah generik yang digunakan untuk menggambarkan suatu sistem

yang mentransmisikan identitas (dalam bentuk nomor seri yang unik) dari suatu benda menggunakan gelombang radio. Penggunaan RFID dapat digunakan untuk barang-barang mahal seperti elektronik, dimana RFID akan memudahkan toko dalam melakukan pendataan, sehingga akan cepat mengetahui *stock* yang terdapat ditoko. Namun karena cukup mahal, perlu dilakukan studi *cost* dan *benefit*.

3. Menyediakan papan informasi, bukan hanya informasi mengenai promo produk, namun informasi barang-barang habis, sehingga konsumen tidak perlu bersusah payah mencari barang tersebut, yang akhirnya konsumen tidak dapat menemukannya dikarenakan barang sudah habis dan tidak ada pemberitahuan yang jelas.
4. Meningkatkan hubungan toko dengan supplier dimana hypermart dapat melakukan *supplier development* untuk membina dan mengembangkan supplier untuk senantiasa menjaga kualitas produk, seperti halnya dalam metode pembawaan barang dari supplier ke toko, adanya pengambilan barang dari konsumen ke toko dimana toko harus mengembalikan kembali ke supplier, dan pemberian informasi penting dari supplier ke toko seperti informasi produk baru. Hal ini dilakukan untuk menjaga kualitas produk untuk tetap baik, dan membina hubungan antara supplier dan toko lebih baik yang bersifat *long term*.
5. Memperbaiki jaringan distribusi, dimana Hypermart dapat membuat manajemen bongkar muat (*load unloading*). Sering terjadi keterlambatan pengiriman barang dari supplier dikarenakan bongkar muat yang

membutuhkan waktu yang lambat. Dengan adanya manajemen bongkar muat, diharapkan dapat menekan waktu tunggu yang lama sehingga dapat menekan *cost* dan menjadi lebih efisien dan efektif

Store image memiliki 3 dimensi, yakni *merchandise*, *layout*, dan *personnel*.

Dari ketiga dimensi tersebut, penulis menekankan pada dimensi *merchandise* dan *layout*. Penekanan pada kedua dimensi tersebut, didasarkan pada hasil data yang didapatkan, bahwa kedua dimensi memiliki rata-rata terendah dibandingkan dengan dimensi lainnya. Adapun saran mengenai *store image* dalam penelitian ini, adalah:

1. Hypermart Gading Serpong seharusnya melengkapi produk-produk yang bervariasi dan dari berbagai merek. Dengan lengkapnya produk yang dijual di Hypermart Gading Serpong, maka akan memudahkan konsumen dalam berbelanja, karena konsumen hanya berbelanja di satu tempat saja.
2. Menempatkan peta yang lebih signifikan dan lebih mudah untuk dimengerti konsumen, sehingga konsumen menjadi lebih mudah ketika berbelanja dan lebih merasa nyaman. Hal ini dapat dilakukan seperti membuat denah peta di depan pintu masuk, setelah itu memberikan tulisan isi produk mayoritas di rak tersebut, seperti snack, makanan atau minuman.
3. Pemberian pelatihan secara berkala terhadap seluruh karyawan Hypermart Gading Serpong, khususnya pelatihan tata letak barang, pelatihan mengenai informasi produk, dan pelatihan mengenai syarat atas promo yang diselenggarakan di Hypermart Gading Serpong. Hal ini dilakukan untuk meningkatkan kredibilitas karyawan Hypermart Gading Serpong, dimana ketika mendapatkan pertanyaan dari konsumen, karyawan Hypermart akan

sigap untuk menanggapi pertanyaan atau permintaan dari konsumen, sehingga konsumen lebih mengerti dan menjadi lebih paham atas produk yang akan hendak dicari maupun dicari.

Untuk meningkatkan kepuasan pelanggan pada toko, penulis memberikan saran mengenai *customer satisfaction* dalam penelitian ini, yakni:

1. Meningkatkan pelayanan toko terhadap konsumen, dimana *consumer service* bukan hanya melayani konsumen dengan menjawab pertanyaan, serta bukan hanya tempat penitipan barang, namun *consumer service* adalah seluruh pelayanan yang diberikan oleh toko ke konsumen, dimulai dari ketika konsumen mengambil karcis parkir hingga keluar dari area toko. Sehingga toko harus meningkatkan *consumer service* yang kurang baik, dimana tempat parkir yang terlalu sempit sehingga sulit ketika parkir mobil, dan jumlah kuantitas parkir yang sedikit menambah permasalahan. Maka sebaiknya dibuat penyusunan tempat parkir yang semaksimal mungkin, dan beberapa lahan yang tidak penting dapat dihilangkan dan dijadikan untuk tempat parkir di Hypermart Gading Serpong.

5.2.2 Saran Bagi Peneliti Selanjutnya

Dalam penelitian ini, masih banyak yang dapat diperbaiki untuk penelitian selanjutnya, sehingga peneliti selanjutnya mengetahui apa kekurangan dalam penelitian ini dan dapat menutupi penelitian selanjutnya. Berikut ini adalah saran bagi peneliti selanjutnya:

1. Pada penelitian ini, *store image* hanya diukur melalui 3 dimensi, sedangkan *store image* memiliki 6 dimensi, sehingga dapat menggunakan 6 dimensi.

Menurut Prokopis dan Kalliopi (2008) dalam jurnal *Store image attributes and customer satisfaction across different customer profiles within the supermarket sector in greece* terdapat 6 dimensi *store image* yakni *merchandising, products, store atmosphere, personnel, price and in store convenience*.

2. Kurangnya data yang konkrit dari Hypermart Gading Serpong, dikarenakan kesulitan penulis untuk mendapatkan data dari Hypermart Gading Serpong. Sehingga dalam penelitian selanjutnya, dapat mencari data mengenai tingkat penjual produk-produk *shelf time* yang rendah, presentase *scrap* setiap produk, kadar *lost* serta *guest comment*.
3. Menambahkan saran untuk Hypermart Gading Serpong di kuesioner. Kuesioner dalam penelitian ini tidak terdapat saran, sehingga peneliti tidak mendapatkan data tertulis dari konsumen, yang dimana dengan adanya saran tersebut dari konsumen, akan membantu melihat kekurangan dari Hypermart Gading Serpong yang bisa dijadikan acuan untuk ditingkatkan.
4. Pertajamkan pada variable *customer satisfaction* serta *customer loyalty*, dimana pada penelitian ini, peneliti hanya melakukan replikasi pada kedua variable tersebut, sehingga ketika peneliti melakukan test data pada kedua variabel tersebut, kurang mencerminkan hasil atas data dari kedua variable tersebut. Peneliti menggunakan jurnal *Managing In-Store Logistics: A Fresh Perspective on Retail Service*. Peneliti selanjutnya diharapkan dapat memperbaiki kekurangan yang dimiliki oleh peneliti, sehingga dalam penelitian selanjutnya menjadi lebih baik.

5. Penelitian ini adalah penelitian terbatas dikarenakan hanya menggunakan objek Hypermart di Gading Serpong, yang dimana Hypermart Gading Serpong hanya memiliki skala penjualan di Gading Serpong. Peneliti selanjutnya dapat menggunakan objek Hypermart WTC Serpong, dikarenakan Hypermart WTC Serpong adalah Hypermart pertama di Indonesia, dan skala penjualan lebih besar dimana melingkupi BSD Serpong, Serpong, Bintaro Selatan, dan Tangerang.

6. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan objek Hypermart, dimana Hypermart adalah *hypermarket* asli dari Indonesia. Sehingga dalam penelitian selanjutnya dapat menggunakan objek Giant BSD Serpong, dimana Giant BSD Serpong adalah Giant tersebar di Indonesia menurut profil yang diberikan website resmi *hypermarket* Giant, selain itu Giant adalah Hypermartket yang berasal dari negara tetangga yaitu Malaysia dan dapat berkembang dengan cepat, dimana tahun 2013 Giant sudah memiliki 85 gerai.