

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Faktor keragaman produk menunjukkan bahwa konsumen merasa puas dengan pelayanan yang diberikan, sehingga terbentuk satu keterikatan yang mengakibatkan konsumen membeli ulang. Hal ini dapat dilihat dari empat indikator faktor keragaman produk yang diberikan oleh Griya Yogya dimana tiga dinyatakan memuaskan dan satu indikator dinyatakan tidak memuaskan yaitu kedalaam jenis keragaman produk.
2. Faktor Layanan Toko menunjukkan bahwa dari empat indikator yang diteliti keseluruhan indikator dinyatakan memuaskan, sehingga terjadilah keterikatan konsumen yang mengakibatkan terjadinya pembelian ulang. Dari keempat indikator dinyatakan memuaskan seluruhnya.
3. Faktor Atmosfer Toko menunjukkan ketidakpuasan pada konsumen. Hal ini ditunjukkan dari ketiga indikator yang ada menunjukkan dua dinyatakan tidak memuaskan yakni penataan produk yang dipajang dan suasana internal toko, sedangkan satu indikator dinyatakan memuaskan. Ketidakpuasan konsumen ini mengakibatkan konsumen enggan melakukan pembelian ulang atau dapat dikatakan tidak terbentuk satu keterikatan.

4. Faktor Keputusan harga menunjukkan tiga indikator yang ada, dua diantaranya dinyatakan memuaskan yakni: penetapan harga diskon dan kualitas merek yang ditawarkan. Sedangkan satu indikator lainnya tidak memuaskan yakni komparasi harga dengan pesaing. Sehingga ada ketertarikan konsumen untuk melakukan pembelian ulang.
5. Faktor Keputusan Promosi menunjukkan kepuasan, sehingga terbentuk satu keterikatan yang menjadikan pembelian ulang oleh konsumen. Dapat dilihat dari ketiga indikator yang seluruhnya dinyatakan memuaskan.
6. Faktor Keputusan tempat menunjukkan tingkat kepuasan, dapat terlihat dari ketiga indikator dinyatakan memuaskan seluruhnya. Sehingga konsumen dapat dipastikan akan membentuk satu keterikatan dengan pihak Griya Yogya dengan melakukan pembelian ulang.

5.2 Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut:

1. Bagi pihak Griya Yogya Bandung lebih diperhatikan lagi hal-hal yang masih perlu adanya perbaikan guna memberikan kepuasan kepada konsumen. Apabila hal ini tidak dijalankan maka konsumen akan pindah lokasi tempat berbelanja dan tidak menjadikan Griya Yogya sebagai pilihan utama dalam berbelanja, akibat yang timbul adalah kondisi kebangkrutan. Hal ini dapat diatasi dengan mengoptimalkan kinerja karyawan, misalnya dengan pelatihan karyawan baru dan karyawan lama.

2. Sedangkan hal-hal yang kiranya sudah mampu menjadikan konsumen puas hendaknya dipertahankan dan selalu memberikan inovasi yang mampu membuat konsumen puas. Apabila konsumen merasa puas maka pihak Griya Yogya dapat menambah atau membuka cabang dari Griya Yogya dengan ketentuan jarak cabang yang sudah ditentukan oleh pihak Griya Yogya itu sendiri. Dengan demikian dapat memudahkan konsumen untuk memilih Griya Yogya sebagai tempat berbelanja.
3. Seperti pada indikator-indikator pada masing-masing faktor yang ada masih perlu adanya perbaikan yakni diantaranya: kedalama jenis keragaman produk, penataan produk yang dipajang, suasana internal toko serta komparasi harga dengan pesaing. Perlu adanya satu riset yang dilakukan secara berkala sehingga dapat diketahui apa yang perlu serta yang diinginkan konsumen.

