

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh interaksi gender dan type reward pada respon afeksi konsumen. Hasil penelitian dapat disimpulkan sebagai berikut :

- Terdapat pengaruh interaksi gender pada respon afeksi konsumen.
- Tidak terdapat pengaruh interaksi type reward pada respon afeksi konsumen.
- Terdapat pengaruh interaksi visibilitas pada respon afeksi konsumen.
- Tidak terdapat pengaruh interaksi gender dan type reward pada respon afeksi konsumen.
- Terdapat pengaruh interaksi gender dan visibilitas pada respon afeksi konsumen.
- Tidak terdapat interaksi type reward dan visibilitas pada respon afeksi konsumen.
- Tidak terdapat interaksi gender, type reward dan visibilitas pada respon afeksi konsumen.

5.2. Implikasi Penelitian

Penelitian ini memiliki dampak terhadap perusahaan (tempat fitness/gym) sebagai berikut :

- Tempat fitness harus memahami konsumen berdasarkan sifat dan perilaku konsumen yang berbeda gender karena sifat dan perilaku laki-laki dan perempuan berbeda satu sama lainnya. Laki-laki memiliki sifat yang maskulin sehingga pengelola tempat gym perlu memahami sifat maskulin tersebut. Begitu pula dengan perempuan yang memiliki sifat yang feminim sehingga pengelola tempat gym juga perlu memahami sifat feminim tersebut
- Untuk menjaga loyalitas konsumen maka pengelola fitness perlu memberikan reward yang seimbang untuk konsumen mereka yang sudah lama bergabung dan yang akan bergabung. Reward yang diberikan juga harus membuat konsumen merasa dihargai oleh tempat fitness tersebut sehingga konsumen merasa nyaman selama berolahraga di tempat fitness.
- Jika tempat fitness ingin memberikan reward pada konsumen, usahakan reward tersebut dapat berupa reward yang dapat dilihat orang lain. Dengan reward yang dapat dilihat oleh orang lain, konsumen akan lebih merasa dihargai sebagai konsumen yang istimewa.

5.3. Keterbatasan Penelitian

Dalam melakukan penelitian ini, ada beberapa keterbatasan yang tentunya dapat menjadi masukan untuk penelitian yang akan datang yaitu

- Penelitian ini menggunakan eksperimen laboratorium sehingga dalam kelemahannya tidak dapat digeneralisasikan ke situasi atau keadaan yang berbeda.
- Partisipan yang diteliti adalah mahasiswa/I jurusan manajemen di Universitas Kristen Maranatha. Peneliti tidak memfokuskan partisipan yang digunakan pada penelitian dengan kriteria yang sering berolahraga di tempat gym
- Treatment atau scenario yang dirancang menurut peneliti masih kurang tegas dan menarik sehingga respon afeksi konsumen yang diinginkan tidak terlihat secara jelas
- Jenis penentuan sampel yang digunakan peneliti yaitu within subject. Kekurangan menggunakan within subject ini adalah partisipan dapat memprediksi pertanyaan yang akan ditanyakan peneliti setelah partisipan membaca pertanyaan pertama dan kedua

5.4. Saran

5.4.1. Saran Bagi Akademis

1. Penelitian selanjutnya, sebaiknya menambahkan variabel atau factor lain yang dapat mempengaruhi respon afeksi konsumen sehingga mengetahui keinginan konsumen agar konsumen tetap loyal.

2. Penelitian selanjutnya, sebaiknya menggunakan between subject dalam penentuan sampel agar partisipan tidak dapat memprediksi treatment berikutnya yang akan diberikan kepada partisipan.
3. Penelitian selanjutnya, sebaiknya tidak hanya menggunakan type reward dan visibilitas untuk mengetahui respon konsumen, tetapi juga menggunakan loyalty program lainnya.
4. Penelitian selanjutnya, sebaiknya hanya meneliti variabel secara parsial saja. Jika ingin meneliti variabel secara simultan, sebaiknya menambahkan variabel lagi yang dapat menguatkan pengaruh variabel independen pada variabel dependen.

5.4.2. Saran Bagi Praktisi

1. Sebaiknya perusahaan yang ingin memberikan reward kepada konsumennya sebaiknya memahami karakter konsumen mereka agar tidak salah atau berlebih dalam pemberian reward.
2. Perusahaan juga perlu membuat sebuah reward dalam program loyalitas yang menarik agar konsumen mau bergabung dalam loyalty program yang ditawarkan itu.