

## BAB 5

### SIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1. Simpulan

Berdasarkan pada hasil pengujian hipotesis dan pembahasan, simpulan penelitian adalah sebagai berikut:

1. Dimensi *social support* yaitu *informational support* berpengaruh terhadap *customer satisfaction*. Dukungan dalam bentuk informasi dari lingkungan mempengaruhi kepuasan pengunjung Hypermart Lippo Plaza Sidoarjo.
2. Dimensi *social support* yaitu *emotional support* berpengaruh terhadap *customer satisfaction*. Dukungan dalam bentuk emosi dari lingkungan mempengaruhi kepuasan pengunjung Hypermart Lippo Plaza Sidoarjo.
3. *Customer satisfaction* berpengaruh terhadap *recommendaion*. Tingkat kepuasan ketika berbelanja di Hypermart Lippo Plaza Sidoarjo mempengaruhi pengunjung untuk merekomendasikan Hypermart Lippo Plaza Sidoarjo kepada orang lain.
4. *Customer satisfaction* memediasi pengaruh *informational support* dan *emotional support* terhadap *recommendation*. Kepuasan yang dirasakan pengunjung menguatkan pengaruh *informational support* dan *emotional support* terhadap *recommendation*.

## 5.2. Keterbatasan Penelitian

Keterbatasan penelitian ini pada obyek penelitian, di mana sesuai dengan variabel terikat yang diteliti yaitu *recommendation* maka seharusnya obyek penelitian ini adalah pada perusahaan yang memerlukan *recommendation*. Contoh perusahaan yang memerlukan *recommendation* adalah usaha *online* karena dalam memilih toko *online* maka konsumen membutuhkan rekomendasi toko *online* yang bisa dipercaya.

## 5.3. Saran

Berdasarkan pada temuan penelitian, maka saran yang diajukan adalah sebagai berikut:

1. Dukungan informasi terbukti berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan maupun *recommendation*. Untuk itu, sebaiknya manajemen Hypermart Lippo Plaza Sidoarjo terus memberikan informasi kepada pelanggan sehingga antar pelanggan bisa saling menguatkan informasi tersebut. Informasi-informasi yang diberikan kepada pelanggan berhubungan dengan produk-produk yang dijual, layanan yang diberikan, dan berbagai ketentuan dalam penanganan keluhan pelanggan.
2. Dukungan emosional terbukti berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan maupun *recommendation*. Untuk itu, sebaiknya manajemen Hypermart Lippo Plaza Sidoarjo terus memberikan perhatian dan kepedulian yang tinggi kepada pelanggan khususnya berhubungan dengan penanganan keluhan pelanggan.

Perhatian yang besar kepada pelanggan akan mampu memunculkan emosi positif pada pelanggan sehingga bisa mendukung kepada pelanggan yang lainnya untuk tetap mengunjungi dan berbelanja di Hypermart Lippo Plaza Sidoarjo.

3. Untuk penelitian yang akan datang, sebaiknya menggunakan penelitian dengan tema *social support* tetapi untuk obyek penelitian berbeda, misalnya untuk komunitas *online* dan dengan responden yang berbeda yaitu konsumen yang aktif dalam komunitas *online*. Hal ini perlu dilakukan untuk mengetahui dampak *social support* jika diterapkan pada perusahaan *offline* (seperti Hypermart Lippo Plaza Sidoarjo) dan pada komunitas *online* sehingga diperoleh gambaran yang lebih dalam mengenai dampak *social support* terhadap perilaku konsumen.

**DAFTAR PUSTAKA**

- Aryani, D, and Rosinta, F. 2010. 'Pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan dalam membentuk loyalitas pelanggan'. *Jurnal Ilmu Administrasi dan Organisasi*, Vol. 17 No. 2
- Bhattacharjee, A., 2012, *Social Science research: Principles, methods, and practices*. 2<sup>nd</sup> edition. USA: Creative Commons Attribution
- Cavallo, D. N. *et al.* (2014) 'Social support for physical activity—role of Facebook with and without structured intervention', *Translational Behavioral Medicine*, 4(4), pp. 346–354. doi: 10.1007/s13142-014-0269-9.
- Chiu, W., Kwag, M. S. and Bae, J. S. (2015) 'Customers as partial employees: The influences of satisfaction and commitment on customer citizenship behavior in fitness centers', *Journal of Physical Education and Sport*, 15(4), pp. 627–633. doi: 10.7752/jpes.2015.04095.
- Gravetter, F.J. dan L.A.B. Forzano, 2012, *Research Methods for The Behavioral Sciences*, 4th Edition. United States: Cengage Learning
- Groth, M. (2005) 'Customers as good soldiers: Examining citizenship behaviors in internet service deliveries', *Journal of Management*, 31(1), pp. 7–27. doi: 10.1177/0149206304271375.
- Hanaysha, J., Abdullah, H. and Warokka, A. (2011) 'Service Quality and Students' Satisfaction at Higher Learning Institutions: The Competing Dimensions of Malaysian Universities' Competitiveness', *The Journal of Southeast Asian Research*, 2011, pp. 1–10. doi: 10.5171/2011.855931.

- Hazzi, O. and Maldaon, I. (2017) 'Confirmatory Factor Analysis of the Organisational Citizenship Behaviour Scale: Syrian Experience', *Journal of Organisational Studies and Innovation*, 4(1), pp. 14–27.
- Kline, R.B., 2011, *Principles and Practice of Structural Equation Modeling*. Third Edition. New York: The Guilford Press
- Lect, P. D., Giurcă, L. and Dănciulescu, D. (1944) 'Revista Tinerilor Economiști', *Business*, pp. 14–19.
- Lee, E. J. and Hahn, K. (2015) 'Tone of Writing on Fashion Retail Websites, Social Support, e-Shopping Satisfaction, and Category Knowledge', *Clothing and Textiles Research Journal*, 33(2), pp. 143–159. doi: 10.1177/0887302X15568915.
- Mandal, P. C. and Bhattacharya, S. (2013) 'Customer Satisfaction in Indian Retail Banking: A Grounded Theory Approach', *The Qualitative Report 2013*, 18(Article 56), pp. 1–21.
- Mardiah, A., Satriana, D. P. and Syahriati, E. (2017) 'Peranan Dukungan Sosial Dalam Mencegah Kekerasan Dalam Pacaran : Studi Korelasi Pada', 4(1), pp. 29–42. Available at: <http://jpu.k-pin.org/index.php/jpu/article/view/78/56>.
- Nawang Sari, S. and Budiman (2008) 'Kepuasan Konsumen dan Kesetiaan Terhadap Merek', *Jurnal Psikologi*, 1(2), pp. 97–103.
- Nicholas, W. (2010) *Research Methods : The Basics*, Roultedge. doi: doi:10.4324/9780203836071.
- Nuryudayatun, S. (2013) 'Membangun Kepuasan Pelanggan', I(2), pp. 17–24.

- Odindo, C. and Devlin, J. (2008) 'Customer Satisfaction, Loyalty and Retention in Financial Services.', *Financial Services Research Forum*, pp. 2–22. Available at: <https://www.nottingham.ac.uk/business/businesscentres/crbfs/documents/researchreports/paper46.pdf>.
- Olson, D. a, Liu, J. and Shultz, K. S. (2012) 'The influence of Facebook usage on perceptions of social support, personal efficacy, and life satisfaction', *Journal of Organizational Psychology*, 12, pp. 133–145.
- Peng, C. and Kim, Y. G. (2014) 'Application of the Stimuli-Organism-Response (S-O-R) Framework to Online Shopping Behavior', *Journal of Internet Commerce*, 13(April), pp. 159–176. doi: 10.1080/15332861.2014.944437.
- Rachman, A. (2015) 'KEBIJAKAN PENATAAN MINIMARKET ( Studi Deskriptif Implementasi Peraturan Bupati Sidoarjo Nomor 20 Tahun 2011 Tentang Penataan Minimarket di Kabupaten Sidoarjo )', 3, pp. 33–43.
- Rahmah, Y. F. (2017) 'Entrepreneurial Education Dan Entrepreneurial Intention: Social Support Sebagai Moderasi Variabel', *Jispo*, 7(1).
- Shavazi, A. *et al.* (2016) 'Online Social Support for Patients with Multiple Sclerosis: A Thematic Analysis of Messages Posted to a Virtual Support Community Online social support for patients with multiple sclerosis', *IJCBNM. IJCBNM July*, 4(3), pp. 188–198.
- Suchánek, P., Richter, J. and Králová, M. (2015) 'Customer Satisfaction, Product Quality and Performance of Companies', *Review of Economic Perspectives*, 14(4), pp. 329–344. doi: 10.1515/revecp-2015-0003.

- Tambe. S., & Shanker. M., 2014. "A Study of Organizational Citizenship Behaviour (OCB) and Its Dimensions: A Literature Review". Dalam *International Research Journal of Business and Management*. Vol. 1. 67-73.
- Thomas Stefanus Kaihatu (2008) 'Analisa Kesenjangan Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Konsumen Pengunjung Plaza Tunjungan Surabaya', *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 10(October), p. pp.66-83.
- Walliman, N., 2011, *Research method: The basic*. London: Routledge
- Wendha, A. A. A. P., Rahyuda, I. K. and Suasana, I. G. A. . (2013) 'Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Garuda Indonesia Di Denpasar', *Jurnal Manajemen, Strategi Bisnis, dan Kewirausahaan*, 7(1), pp. 19–28.
- Wong, W. K. W. (2012) 'FACES on FACEBOOK: A Study of Self-presentation and Social Support on Facebook', *Discovery-SS Student E-Journal*, 1, pp. 184–214. Available at: <http://ssweb.cityu.edu.hk/download/RS/EJournal/journal9.pdf>.
- Yamin, S., dan Kurniawan, H., 2009, *Structural Equation Modeling*, Jakarta: Salemba Infotek
- Yi, Y. and Gong, T. (2008) 'The effects of customer justice perception and affect on customer citizenship behavior and customer dysfunctional behavior', *Industrial Marketing Management*. Elsevier Inc., 37(7), pp. 767–783. doi: 10.1016/j.indmarman.2008.01.005.
- Zhu, D. H., Sun, H. and Chang, Y. P. (2016) 'Effect of social support on customer satisfaction and citizenship behavior in online brand communities: The moderating role of support source', *Journal of Retailing and Consumer Services*. Elsevier, 31, pp. 287–293. doi: 10.1016/j.jretconser.2016.04.013.