

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan pengujian hipotesis penelitian, maka dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut.

1. Pengujian secara parsial menunjukkan bahwa terdapat dua variabel yang berpengaruh terhadap loyalitas konsumen yaitu produk dan periklanan & promosi, sedangkan harga, lokasi, retail service, dan atmosfer tidak berpengaruh terhadap loyalitas.
2. Pengujian secara simultan menunjukkan bahwa retail marketing mix berpengaruh terhadap loyalitas konsumen.

5.2. Saran

Terdapat beberapa saran yang dapat direkomendasikan, yaitu bagi:

a) Perusahaan:

Untuk meningkatkan loyalitas konsumen dalam menggunakan produk yang dijual di Alfamart, maka perusahaan disarankan memfokuskan perhatiannya pada aktivitas promosi yang dilakukannya, yang meliputi:

1. Pemberian kupon dan contoh barang secara gratis.

2. Menawarkan diskon dengan persentase yang unik dan melakukan banyak penjualan khusus terhadap produk yang ditawarkannya.
3. Memberikan iklan yang dapat dipercaya dan konsisten dalam memenuhinya.
4. Meningkatkan frekuensi kegiatan promosi penjualan dengan mencari jenis kegiatan yang unik misalnya dua kali dalam satu bulan.

b) Bagi Akademisi:

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menyajikan informasi dan menambah wawasan pengetahuan bagi para pembaca, khususnya bagi yang ingin melakukan penelitian selanjutnya dengan tema yang sama.

