

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Peneliti dapat menarik kesimpulan penelitian sebagai berikut:

1. Berdasarkan uji Hipotesis 1, didapat bahwa tolak H_0 dan terima H_a , yang berarti bahwa Kualitas Layanan Ritel berpengaruh pada Loyalitas Pelanggan. Kualitas Layanan Ritel berpengaruh pada Loyalitas Pelanggan sebesar 50.0%. Dengan demikian, pengaruh yang ada merupakan pengaruh positif. Dengan demikian, semakin tinggi Kualitas Layanan Retail, maka akan semakin besar juga Loyalitas Pelanggan.
2. Berdasarkan uji Hipotesis 2, didapat bahwa tolak H_0 dan terima H_a , yang berarti bahwa Kualitas Produk berpengaruh pada Loyalitas Pelanggan. Kualitas Produk berpengaruh pada Loyalitas Pelanggan sebesar 49.0%. Dengan demikian, pengaruh yang ada merupakan pengaruh positif. Dengan demikian, semakin tinggi Kualitas Produk, maka akan semakin besar juga Loyalitas Pelanggan.

5.2. Implikasi Manajerial

Ditemukan adanya pengaruh Kualitas Layanan Retail, Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan baik secara parsial maupun simultan. Dengan demikian perusahaan Supermarket Yogya diharapkan dapat meningkatkan baik Kualitas

Layanan Retail maupun Kualitas Produk, dengan tujuan untuk meningkatkan Loyalitas Pelanggan di kemudian hari. Dengan demikian, Supermarket Yogya dapat meningkatkan kualitas pelayanan dengan menerapkan standar pelayanan kepada konsumen sebagai SOP. Perusahaan juga dapat memastikan produk yang dipasarkan memiliki kualitas yang baik dengan menjamin adanya quality control yang ketat terhadap setiap produk.

5.3. Keterbatas penelitian

- Dilakukan pada sampel sejumlah 200 orang
- Dilakukan di lingkungan Perusahaan Supermarket Yogya cabang Pasteur, kota Bandung
- Penelitian dilakukan pada mahasiswa dan masyarakat di sekitar Universitas Kristen Maranatha

5.4. Saran

Peneliti menyarankan pada peneliti selanjutnya untuk melakukan penelitian yang lebih mendalam dengan meneliti masyarakat umum.

Peneliti menyarankan kepada penelitian selanjutnya untuk dapat menambah jumlah responden yang digunakan, sehingga hasil penelitian dapat menggambarkan kecenderungan yang diteliti dengan lebih general.

Peneliti menyarankan kepada peneliti selanjutnya untuk dapat menambah variabel lain yang dianggap dapat mempengaruhi Loyalitas pelanggan di kemudian hari, sehingga hasil penelitian dapat diperkaya.