

BAB 5

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan pada hasil analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan, maka didapat kesimpulan dari penelitian ini adalah:

1. *In-store characteristics* tidak berpengaruh terhadap *store loyalty* pada Lotte Mart Surabaya. Terdapat beberapa faktor lain yang dapat mempengaruhi konsumen untuk berbelanja di Lotte Mart. Terlebih lagi in-store Lotte Mart yang sama dengan toko ritel lainnya sehingga tidak dapat mempengaruhi loyalitas konsumen untuk hanya membeli di Lotte Mart.
2. *Economic drivers* berpengaruh terhadap *store loyalty* pada Lotte Mart Surabaya kearah positif dan signifikan, hal ini terjadi karena Lotte Mart mampu menawarkan berbagai keuntungan bagi konsumen yang lebih dari toko lainnya apabila membeli *produk* di Lotte Mart Surabaya sehingga dapat memperkuat *store loyalty* konsumen.
3. *Private labels characteristics* berpengaruh terhadap *private labels loyalty* pada Lotte Mart Surabaya kearah positif dan signifikan, hal ini terjadi karena konsumen tertarik dengan karakteristik dan membeli produk *private label* Lotte Mart baik secara harga, kualitas, reputasi dan citra yang baik sehingga konsumen menyukai dan akan melakukan pembelian ulang sehingga menjadi loyal terhadap merek Lotte Mart.
4. *Private labels loyalty* berpengaruh terhadap *store loyalty* pada Lotte Mart Surabaya kearah positif dan signifikan, hal ini terjadi karena konsumen loyal pada *private label* Lotte Mart dan melakukan pembelian ulang yang mana *private label* Lotte Mart hanya bisa didapatkan di LotteMart sehingga konsumen akan menjadi loyal pada Lotte Mart

5.2 Saran

5.2.1 Saran Akademis

Berdasarkan pada hasil analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan, maka peneliti memberikan saran akademis bagi peneliti yang akan datang sebagai berikut:

1. Penelitian yang akan datang diharapkan dapat dapat melanjutkan penelitian ini dengan menambah variabel lainnya yang dapat mempengaruhi *store loyalty*.
2. Penelitian yang akan datang disarankan untuk meneliti di Lotte Mart namun pada lokasi yang berbeda di kota lainnya untuk mengetahui karakteristik konsumen yang berbeda pada suatu daerah dapat mempengaruhi penilaian pada penelitian.

5.2.2 Saran Praktis

Berdasarkan pada hasil analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan, maka peneliti memberikan saran praktis bagi pihak Lotte Mart Surabaya sebagai berikut:

1. Apabila konsumen mengalami kendala pada saat berbelanja, seperti kesulitan mencari produk, pihak Lotte Mart Surabaya diharapkan bisa lebih meningkatkan kualitas pelayanan dengan lebih sigap dalam menanggapi permasalahan konsumen dengan tulus.
2. Pihak Lotte Mart Surabaya diharapkan bisa memberikan penawaran dan hadiah yang lebih menarik lagi sesuai daya beli masyarakat dengan menambah pilihan yang mencakup seluruh konsumen dari kelas bawah, menengah hingga atas. sehingga dapat mempertahankan loyalitas konsumen agar lebih giat mengumpulkan poin untuk ditukarkan dengan merchant atau kupon diskon dan enggan beralih ke toko lainnya.

3. Kebanyakan konsumen membeli produk Lotte Mart karena kualitas dan harga dari *private label*, pihak Lotte Mart diharapkan dapat lebih meningkatkan karakteristik dari *private label* terutama citra dari *private label*, dengan cara memberikan informasi mengenai keunikan dan keunggulan dari *private label* Lotte Mart agar konsumen dapat lebih yakin untuk membeli ulang *private label* Lotte mart di masa mendatang.

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, M. M. 2013. *Three Competing Models on Consumer Loyalty in the Context of Mobile Subscribers. International Journal of Marketing Studies*, Vol. 5, No. 4.
- Benito, G. O., dan Partal, M. M. 2012. *Role of Retailer Positioning and Product Category on the Relationship Between Store Brand Consumption and Store Loyalty. Journal of Retailing* 88, 236-249.
- Bridson, Kerrie., Evans, Jody., dan Hickman, Melissa. 2008. *Assesing the Relationship Between Loyalty Program Attributes, Store Satisfction and Store Loyalty. Journal of Retailing and Consumer Service*, Vol. 15, 368-374.
- Chakraborty, Samrat. 2013. *Private Label Brands – A Literature Review. Journal of Management*, Vol. 3, 75-88
- Fauzi, Achmad., Ariningsih, E. P., dan Wijayanti. 2016. *Pengaruh Karakteristik Merek, Karakteristik Perusahaan dan Karakteristik Pelanggan-Merek terhadap Loyalitas Merek (Studi pada Pengguna Smartphone Android Advan di Purworejo)*
- Fazain, Muhammad Ali. 2017. *Pengaruh Harga, Produk, dan Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan pada Wasis Style Sidoarjo. Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, Vol 6.
- Fischer, N.K., Cramer, Johannes dan Hoyer, W. D. 2014. *Moderating Effects of the Relationship Between Private Labels Share and Store Loyalty. Journal of Marketing*, Vol.78, 69-82.
- Ghozali, Imam dan Fuad. 2014. *Structural Equation Modeling Teori Konsep & Aplikasi Dengan Program Lisrel 9.10*. Semarang: Badan Penerbit UNDIP.
- Ipek, Ilayda., Askin, Nilay., dan Ilter, Burcu. 2016. *Private Label Usage and Store Loyalty: The Moderating Impact of Shopping Value. Journal of Retailing and Consumer Services* 31, 72-79

- Jeanniffer. 2011. *Pengaruh Brand Affect dan Brand Quality terhadap Consumers Brand Extension Attitude Melalui Mediasi Brand Loyalty untuk Produk Private Label Kategori Makanan di Hypermart PTC Surabaya*. Tesis. Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya
- Kalro, S. S. D. S. A. 2016. *Private Label Brands in an Emerging Economy: an Exploratory Study in India*. *International Journal of Retail and Distribution Management*, Vol. 44
- Kremer, Florence., dan Viot, Chaterine. 2012. *How Store Brands Build Retailer Brand Image*. *Journal of Retail and Distribution Management*, Vol 40, 528-543
- Kusmiati, Aning. 2014. *Analisis Faktor yang Mempengaruhi Store Image Batik Keris di Surabaya*. Tesis. Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya
- Maruyama, Masayoshi., dan Wu, Lihui. *Multiple Store Patronage: The Effects of Store Characteristics*. *Journal of Retailing and Consumer Services* 21, 601-609
- Mathur, Meenu dan Gangwani, Sanjivini. 2016. *The Effect of Retail Store Image Dimensions on Consumer's Purchase Intention of Private Label Brand*. *International Journal of Research in Finance and Marketing*, Vol. 6, 89-102.
- Muhammad. N. S., Musa, Rosidah., dan Ali, N. S. 2014. *Unleashing the Effect of Store Atmospherics on Hedonic Experience and Store Loyalty*. *Procedia Social and Behavioral Science* 130, 469-478.
- Nurdin, M., Warsito. S. W., dan Nursa'ban, M. 2008. *Mari Belajar IPS untuk SMP/MTS Kelas VII*. Jakarta: Pusat Perbukuan Department Pendidikan Nasional.
- Rabbanee, K. F., Ramaseshan. B., Wu, Chen., dan Vinden, Amy. 2012. *Effect of Store Loyalty on Shopping Mall Loyalty*. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 19, 271-278
- Ramaseshan, B., dan Vinden, Amy. 2009. *Drivers of Store Loyalty*. *School of Marketing, Curtin University of Technology, Australia*.

- Reyes, C. A. B., dan Benito, G. O. 2008. *Store and Store Format Loyalty Measures Based on Budget Allocation. Journal of Business Research*, Vol. 61, 1015-1025
- Sahiraliani, Dienni., dan Saputra, Yudi. 2012. *Pengaruh Kepercayaan pada Merek dan Kepuasan Merek terhadap Loyalitas Merek (Studi Kasus Blackberry)*
- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung Alfabeta.
- Sumarwan, Ujang. 2004. *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Bogor : Penerbit Ghalia Indonesia.
- Swoboda, B., Berg, B., Klein, H.S., dan Foscht, T., 2013. *The Important of Retail Brnd Equity and tore Accessibility for Store Loyalty in Local Competition. Journal of Retailing and Consumer Services* 20, 251-262
- Vale, R. C. V., dan Matos, P. V. 2017. *Private Labels Importance Across Different Store Loyalty Stages: a Multilevel Approach. International Journal of Retailing and Distribution Management*, Vol. 45, 71-89
- Vale, R. C. V., Matos, P. V., dan Caiado, Jorge. 2016. *The Impact of Private Labels on Consumer Store Loyalty: An Integrative Perspective. Journal of Retailing and Consumer Services* 28, 179-188
- Vroegrijk, Mark., Gijsbrechts, Els., Campo, Katia. 2016. *Battling for the Household's Category Buck: Can Economy Private Labels Defend Supermarkets Against the Hard-Discounter Threat?. Journal of Retailing* 603, 19
- Wijaya, Elisabeth Nancy. 2012. *Pengaruh Satisfaction, Perceived Value, dan Trust terhadap Store Loyalty di Carrefour Surabaya*. Tesis. Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya
- Wong, Y. T., Osman, S., Jamaluddin, A., dan Fah, B. C. Y. 2012. *Shopping Motives, Store Attributes and Shopping Enjoyment Among*

Malaysian Youth. Journal of Retailing and Consumer Services 19, 240-248

Yudhitya, Maria Ayu. 2013. *Pengaruh Elemen-Elemen Store Characteristic terhadap Positif Emotion di Sogo Department Store Surabaya*. Tesis. Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Yoo, Changio., Park, Jonghee., dan MacInnis, Deborah. J. 1998. *Effects of Store Characteristics and In-Store Emotional Experiences on Store Attitude*. New York: *Journal of Bussines Research*, U.S.A.