

BAB 5

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan analisis dan pembahasan pada bab sebelumnya, maka dapat diambil simpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan hipotesis pertama maka dapat ditarik suatu kesimpulan bahwa H_0 ditolak. Artinya *merchandise* berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas konsumen dalam belanja di Indomaret Surabaya.
2. Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan hipotesis kedua maka dapat ditarik suatu kesimpulan bahwa H_0 ditolak. Artinya *promotion* berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas konsumen dalam belanja di Indomaret Surabaya.
3. Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan hipotesis ketiga maka dapat ditarik suatu kesimpulan bahwa H_0 ditolak. Artinya *store service* berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas konsumen dalam belanja di Indomaret Surabaya.
4. Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan hipotesis keempat maka dapat ditarik suatu kesimpulan bahwa H_0 ditolak. Artinya *store atmosphere* berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas konsumen dalam belanja di Indomaret Surabaya.

5.2 Saran

Dari hasil penelitian dan simpulan yang telah disebutkan di atas, maka dapat diajukan saran sebagai berikut:

1. Indomaret harus lebih memperhatikan kualitas produk, melakukan penawaran produk yang dapat melalui pelayanan, menjaga kestabilan

harga produk, menjaga stock barang sehingga ketika ada barang yang diinginkan atau dibutuhkan konsumen, maka barang tersebut akan selalu ada dan dapat meninggalkan kesan yang baik terhadap toko tersebut.

2. Indomaret harus lebih membuat promosi yang tidak hanya melalui katalog saja, tetapi juga melalui media elektronik atau yang lainnya, dapat memberikan informasi-informasi produk baru yang *up to date*, sehingga promosi tersebut dapat lebih menarik perhatian konsumen yang juga akan mengakibatkan loyalitas konsumen juga semakin besar.
3. Dalam hal pelayanan toko, Indomaret dapat meningkatkan pelayanannya dengan memberikan bantuan kepada konsumen ketika membutuhkan sesuatu sehingga dapat memberikan nilai tambah bagi toko tersebut.
4. Suasana toko juga menjadi aspek yang penting dalam bisnis ritel, dimana suasana toko dapat mempengaruhi kenyamanan konsumen dalam berbelanja. Oleh karena itu Indomaret harus dapat menjaga pencahayaan toko, warna dinding yang ada, kebersihan, aroma dan musik agar dapat membuat konsumen berbelanja dengan santai dan nyaman.
5. Bagi peneliti di masa akan datang disarankan untuk menggunakan variabel bebas lainnya, sehingga akan diperoleh informasi yang lebih lengkap dan akurat.

DAFTAR KEPUSTAKAAN

- Andini, P. F., 2013, Analisis Pengaruh Suasana Toko, Kualitas Produk, dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan
- Ardila, D.T., 2013, Store Image Dengan Loyalitas Konsumen, Jurnal *Online Psikologi*, Vol. 1, No. 1 : pp 89-100.
- Astuti, S.R.T., dan Prayudhanto, A., 2006, Analisis Pengaruh *Retail Marketing Mix* Terhadap Loyalitas Konsumen (Studi Kasus pada Konsumen Toko Grosir X Semarang), Jurnal Studi Manajemen dan Organisasi, Vol. 3, No. 2, Juli : pp 171-193.
- Bahri., 2008, Analisis Pengaruh Harga, Pelayanan, Atmosfer Kenyamanan, Keragaman Produk, dan Desain Toko Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen.
- Berman, B., and Joel R.E., 2001, *Retail Management: A Strategic Approach. Eighth Edition*. New Jersey, Pearson Education, Inc..
- Ferdinand, A., 2002, *Structural Equation Modelling dalam Penelitian Manajemen*. Semarang : FE UNDIP.
- Foster Bob., 2008, *Manajemen Ritel*, Alfabeta Bandung.
- Ghozali, I., 2006, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*, edisi keempat, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Heizer Jay & Barry Render., 2006, *Manajemen Operasi*, edisi 7, buku 1, Salemba Empat Jakarta.
- Japariato, E., Laksmono, P., Khomariyah, N.A., 2007, Analisa Kualitas Layanan Sebagai Pengukur Loyalitas Pelanggan Hotel Majapahit Surabaya Dengan Pemasaran Relasional sebagai variabel *Intervening*, Jurnal Manajemen Perhotelan, Vol 3, No.1, Maret 2007 : 34-42
- Kotler, P., (2005), *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1. Indeks, Jakarta.

- _____, (2006), *Manajemen pemasaran*. Jilid I. Jakarta: PT Prenhalindo Indonesia
- _____, (2006). *Manajemen pemasaran jilid II*. Jakarta: PT Prenhalindo Indonesia
- Levy & Weitz, 2001, *Retailing Management*, 4th edition. New York: Mc.Graw Hill, Irwin.
- Ma'ruf, H., 2006, *Pemasaran Ritel*. Jakarta, PT. Gramedia Pustaka Utama.
- McGoldrick, P.J., 2002, *Retail Marketing, second edition*. McGraw-Hill Companies.
- Putra, A.S.B., 2012, Pengaruh *Retail Marketing Mix* Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen sebagai Pemoderasi, JRMB, Vol 7, No.2 ; Desember 2012
- Sinaga, P.P.H., 2010, Analisis pengaruh kualitas pelayanan, Kepuasan pelanggan, dan lokasi Terhadap loyalitas pelanggan. Universitas Diponegoro Semarang.
- Simamora, B., 2004, *Analisis Multivariat Pemasaran*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama
- Sugiyono., 2003, *Metode Penelitian Bisnis*, Bandung: Alfabeta
- Sutisna., 2001, *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. PT. Remaja Rosdakarya, Bandung
- Tjiptono, F., 2000, *Manajemen Jasa*, Edisi Pertama. Yogyakarta: Andi offset.
- Utami, C.W., 2012, *Manajemen Ritel: Strategi dan Implementasi Operasional Bisnis Ritel Modern di Indonesia*. Edisi 2. Salemba empat. Jakarta.
- _____, 2008, *Manajemen Barang Dagangan Dalam Bisnis Ritel*. Malang : Bayumedia Publishing.

- Wijayanto B., dan Endang A., dan Listyorini S., 2013, Pengaruh Bauran Ritel Terhadap Loyalitas Konsumen Di Supermarket Sri Ratu Peterongan, Diponegoro, *Journal Of Social And Politic*, pp: 1-10
- Wong, Y.T., Osman, S., Jamaluddin, A., Yin-Fah, B.C., 2012, *Shopping motives, store attributes and shopping enjoyment among Malaysian youth*, *Journal of Retailing and Consumer Services*, January : pp 240-248.
- Yoo, S.J., Chang, Y.J., 2005, *An Exploratory Research on the Store Image Attributes Affecting Its Store Loyalty*, *Seoul Journal of Business*, Vol. 11, No. 1, June: pp 19-41.