

BAB V

KESIMPULAN, IMPLIKASI, DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

- 1) Hasil dari penelitian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara variabel *service quality* terhadap *customer loyalty* pada pelanggan ritel Farmers Market Grand Metropolitan Bekasi. Hasil tersebut mendukung penelitian yang telah dilakukan oleh Pankaj Kumar (2016) yang berjudul “*Store Quality, Customer’s Satisfaction and Loyalty: A Study on Retail Formats in India*”, maka H1 diterima.
- 2) Hasil dari penelitian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel *store atmosphere* terhadap *customer loyalty* pada pelanggan ritel Farmers Market Grand Metropolitan Bekasi. Hasil tersebut mendukung penelitian yang telah dilakukan oleh Harianto dan Subagio (2013) dengan penelitian yang berjudul “Analisa Pengaruh Kualitas Layanan, *Brand Image*, dan Atmosfer terhadap Loyalitas Konsumen dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening”, maka H2 diterima.
- 3) Hasil dari penelitian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan sangat signifikan antara variabel *consumer satisfaction* terhadap *customer loyalty* pada pelanggan ritel Farmers Market Grand Metropolitan Bekasi. Hasil penelitian ini sangat mendukung penelitian yang telah dilakukan oleh Lee dan Kao (2015) yang berjudul “*Effects of Service*

quality on Customer Loyalty - A Case of Taiwanese Watson's Personal Care Stores”, Maka H3 diterima.

- 4) Hasil dari penelitian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh positif antara variabel *service quality* terhadap *customer loyalty* dan *consumer satisfaction* sebagai variabel mediasi pada pelanggan ritel Farmers Market Grand Metropolitan Bekasi. Hasil tersebut bertolakbelakang dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Graha dan Wardana (2016) yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Hardy’s Negara”, maka H4 ditolak.
- 5) Hasil dari penelitian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara variabel *store atmosphere* terhadap *customer loyalty* dan *consumer satisfaction* sebagai variabel mediasi pada pelanggan ritel Farmers Market Grand Metropolitan Bekasi. Hasil tersebut mendukung penelitian yang telah dilakukan oleh Pandey dan Darla (2012) yang berjudul “*A Study on the Influence of Store Level Services on Store Loyalty of Shoppers in Organized Retail Stores*”, maka H5 diterima.

5.2 Implikasi Manajerial

Dari hasil analisis yang telah dilakukan, maka dapat dijelaskan sebagai berikut:

Pelanggan Farmers Market Grand Metropolitan didominasi oleh pelanggan perempuan yang berprofesi sebagai pegawai swasta dan wiraswasta dengan pengeluaran belanja sekitar Rp 1.500.000,- s/d Rp 2.999.999,- perbulan yang sudah berlangganan sekitar 1-3 tahun. Hal tersebut memungkinkan gerai untuk terus menambah jumlah pengunjung dan pelanggan dengan memperhatikan kualitas pelayanan dan kenyamanan *store atmosphere* dalam menciptakan kepuasan yang diberikan.

Hasil analisis menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap customer loyalty, *store atmosphere* berpengaruh positif terhadap customer loyalty, consumer satisfaction berpengaruh positif terhadap customer loyalty, *service quality* berpengaruh negatif terhadap customer loyalty melalui consumer satisfaction dan *store atmosphere* berpengaruh positif terhadap customer loyalty melalui consumer satisfaction. Oleh karena itu untuk meningkatkan kepuasan konsumen dan mempertahankan dan menambah jumlah pelanggan Farmers Market Grand Metropolitan Bekasi, gerai ritel harus mampu meningkatkan kualitas pelayanan dan *store atmosphere*. Beberapa aspek yang perlu ditingkatkan adalah:

1. *Service quality* (kualitas pelayanan) menunjukkan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *customer loyalty* (loyalitas pelanggan). Pada variabel *service quality* memiliki indikator atau pernyataan:

Tabel 5.1
Pernyataan Indikator *Service quality*

Item	<i>Service quality</i>
SQ1	Pegawai Farmers Market dapat diandalkan dalam menyediakan layanan yang diharapkan.
SQ3	Pegawai Farmers market cepat menanggapi apa yang saya minta.
SQ5	Pegawai Farmers Market sopan dalam melayani konsumen.
SQ6	Farmers Market dapat dipercaya dalam menyediakan apa yang konsumen butuhkan.
SQ7	Pegawai Farmers Market dapat menjawab pertanyaan dari konsumen.
SQ8	Farmers Market memberikan kemudahan dalam pelayanan yang dibutuhkan konsumen.
SQ9	Tampilan fisik (troli, keranjang, tas belanja, staff, produk) yang disediakan Farmers Market dalam keadaan sangat baik.
SQ10	Pegawai berpenampilan rapi dan profesional.

Sumber: Data diolah peneliti

Dengan perkembangan dan kompetisi ritel yang semakin ketat, Farmers Market harus meningkatkan pelayanan. *Service* yang diberikan sangat mempengaruhi kebersediaan pelanggan untuk berlaku loyal. Pelayanan harus selalu dievaluasi dengan baik, seperti contoh saat berbagai komplain dan keluhan pelanggan yang terjadi di gerai, *customer service* harus dapat menyelesaikan masalah dan aduan-aduan mengenai pelayanan. Tujuannya agar menjadi evaluasi dan peningkatan *service*.

Dalam penelitian ini, hal yang menjadi faktor sangat penting bagi kepuasan dan loyalitas pelanggan adalah mengenai kualitas pelayanan yang diberikan oleh manajemen gerai ritel. Dari segi kualitas pelayanan, pihak ritel Farmers Market dapat lebih memperhatikan apa yang diinginkan pelanggan serta memperhatikan keterampilan pegawai dalam melayani pelanggan.

2. *Store atmosphere* juga menunjukkan pengaruh yang positif terhadap *customer loyalty* baik melalui *consumer satisfaction* ataupun tidak. Pada variabel *store atmosphere* terdapat pernyataan indikator sebagai berikut:

Tabel 5.2
Indikator Pernyataan *Store atmosphere*

Item	<i>Store atmosphere</i>
SA1	Papan nama Farmers Market Grand Metropolitan terlihat jelas.
SA3	Farmers Market Grand Metropolitan memiliki fasilitas parkir yang luas.
SA7	Aroma ruangan di Farmers Market Grand Metropolitan harum.
SA10	Jarak antar rak mendukung kelancaran lalu lintas pengunjung Farmers Market Grand Metropolitan.
SA11	Sistem penataan barang di Farmers Market Grand Metropolitan rapi.
SA12	Pemasangan tanda petunjuk produk di Farmers Market memudahkan saya dalam mencari produk yang saya inginkan.
SA13	Pemasangan tanda produk diskon memudahkan saya dalam mencari produk yang didiskon.

Sumber: Data diolah oleh peneliti, 2017

Berdasarkan hasil analisa yang menyatakan bahwa *store atmosphere* berpengaruh terhadap *customer loyalty* melalui *consumer satisfaction* memiliki implikasi bahwa pelanggan dan konsumen sudah cukup terpuaskan dengan *atmosphere* yang diciptakan oleh manajemen didalam gerainya. Namun gerai ritel Farmers Market juga harus dapat mempertahankan bahkan memperbaiki *atmosphere* toko karena hal tersebut bukan menjadi satu-satunya faktor yang dapat dipertimbangkan konsumen dan pelanggan dalam berbelanja.

Gerai ritel Farmers Market Grand Metropolitan dapat memastikan pelanggan dapat berbelanja secara nyaman dengan memperhatikan kebersihan, *exterior* serta *interior* toko juga fasilitas seperti ketersediaan troli dan tas belanja dll dalam keadaan yang sangat baik. Sehingga selanjutnya dimasa yang akan datang Farmers Market dapat memperluas jaringan gerai yang tidak hanya berada di kota-kota besar saja.

5.3 Saran

5.3.1 Penelitian Selanjutnya

- 1) Bagi peneliti selanjutnya yang ingin meneliti atau melanjutkan penelitian ini, disarankan untuk meneruskan atau mengembangkan penelitian ini dengan mencari faktor lain seperti *sistem merchandising*, promosi, *store ambience* dan lain-lain yang dapat memengaruhi kepuasan dan loyalitas pelanggan Farmers Market.
- 2) Penelitian selanjutnya dapat menggunakan teknik analisis dengan alat analisis yang berbeda seperti AMOS atau PLS.
- 3) Penelitian selanjutnya dapat menggunakan indikator skor dengan skala Likert 1-7, 1-8, dan lain-lain.
- 4) Penelitian ini juga dapat dilakukan kembali dengan metode komparatif dengan ritel yang lain.

5.3.2 Perusahaan Ritel Farmers Market

- 1) Meningkatkan kualitas pelayanan melalui *customer service* agar pelanggan merasa aman dan nyaman ketika terjadi keluhan.
- 2) Farmers Market harus menyediakan pelatihan pada karyawan agar kemampuan dalam pelayanannya meningkat.
- 3) Farmers Market harus mempertahankan bahkan meningkatkan *store atmosphere* yang telah ada untuk meningkatkan kenyamanan dalam berbelanja.
- 4) Farmers Market harus lebih gencar melakukan promosi.

- 5) Farmers Market memiliki kesempatan untuk menjadi *leader* gerai ritel modern di era saat ini, maka dari itu hal yang paling tepat dilakukan adalah dengan menumbuhkan ketertarikan konsumen dan calon pelanggan dalam berbelanja di Farmers Market.