

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil dari penelitian yang telah di uji pada bab sebelumnya, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Dari analisa deskriptif yang dilakukan, menunjukkan hasil sebagai berikut:
 - a. Dari semua pelanggan Alfamidi yang menjawab kuesioner dari penelitian ini menunjukkan bahwa tingkat kepuasan yang dirasakan pelanggan pada saat melakukan pembelian di minimarket kecenderungan biasa saja. Hal tersebut dikarenakan hasil uji deskriptif rata-rata jawaban responden menjawab biasa saja.
 - b. Pada hasil perhitungan variabel moderasi kenyamanan lokasi menunjukkan bahwa responden merespon positif terhadap lokasi dari Alfamidi tersebut. Hal tersebut dikarenakan hasil uji deskriptif rata-rata jawaban responden cukup tinggi.
 - c. Selanjutnya pada variabel loyalitas pelanggan, responden juga cenderung menjawab semua pernyataan dengan setuju akan tetapi selisihnya tidak terlalu banyak dengan jawaban biasa saja. Hal tersebut dikarenakan hasil uji deskriptif rata-rata jawaban responden setuju.
2. Dari hasil ini menunjukkan bahwa variabel kenyamanan lokasi memoderasi kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan.

sehingga walaupun pelanggan merasa kurang puas dengan kinerja pelayanan Alfamidi, akan tetapi dikarenakan lokasi yang nyaman pelanggan tetap loyal terhadap Alfamidi..

3. Dari hasil penelitian ini juga ditemukan bahwa, karena variabel kenyamanan lokasi memoderasi pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan akan semakin lemah sehingga walaupun pelanggan kurang puas terhadap kinerja pelayanan yang diberikan Alfamidi, pelanggan cenderung berbelanja ulang di Alfamidi.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah diperoleh dalam penelitian ini penulis memberikan saran kepada pihak Alfamidi dan juga pelanggan yang sering berbelanja di Alfamidi. Adapun saran yang diberikan adalah sebagai berikut:

1. Dikarenakan kenyamanan lokasi memoderasi pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan untuk berbelanja di Alfamidi, maka pihak Alfamidi harus meningkatkan faktor tersebut diatas dengan cara memperbanyak cabang di setiap pemukiman penduduk agar tiap pelanggan dapat dengan mudah menemui Alfamidi.
2. Bagi Alfamidi sebagai penyedia jasa retail, harus lebih memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhi dalam membentuk rasa loyal pelanggan. Sehingga, perusahaan harus lebih memperhatikan faktor-faktor tersebut untuk membangun rasa loyal pelanggan. Jadi Alfamidi

harus lebih peduli terhadap kepuasan pelanggan sehingga tidak hanya asal-asalan dalam memberikan servis atau jasa kepada pelanggan mereka.

3. Penulis juga berharap adanya kajian lebih lanjut yang sesuai dengan tema dalam penelitian ini. Karena perlunya apabila ada penambahan faktor-faktor yang memoderasi suatu pengaruh variabel kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan seperti variabel *Commitment*, *Interpersonal Relationship*, *Share Of Wallet*, *Service Quality*, *Product Image*, dan lainnya dalam pengembangan khazanah ilmu manajemen pemasaran.