

## BAB V

### KESIMPULAN, IMPLIKASI, DAN SARAN

#### A. Kesimpulan

Pada variabel citra toko, indikator suasana toko merupakan indikator yang paling dominan menentukan loyalitas pelanggan atau yang tertinggi skornya yaitu sebesar 35%, kemudian indikator kenyamanan sebesar 28% dan indikator pelayanan sebesar 19% serta indikator barang dagangan sebesar 18%.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang positif antara citra toko dengan loyalitas pelanggan *McDonald* Arion pada mahasiswa Pendidikan Tata Niaga. Hal ini berdasarkan hasil perhitungan koefisien korelasi sebesar  $t_{hitung} = 3,35 > t_{tabel} = 1,70$ . Maka dapat disimpulkan bahwa semakin positif citra toko dimata konsumen maka akan semakin tinggi pula loyalitas pelanggan dalam melakukan pembeliannya.

Ternyata bahwa bentuk hubungan antara citra toko dengan loyalitas pelanggan adalah linier dan signifikan dengan nilai regresi signifikan  $F_{hitung} 11,25 > F_{tabel} 4,17$  dan nilai regresi linier  $F_{hitung} 0,45 < F_{tabel} 2,35$ . Loyalitas Pelanggan mahasiswa Pendidikan Tata Niaga ditentukan oleh citra toko adalah sebesar 27,27% dan sisanya sebesar 72,73% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain, seperti kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan, kepercayaan pelanggan, dan inovasi produk.

## **B. Implikasi**

Berdasarkan kesimpulan yang telah di kemukakan, bahwa terdapat hubungan yang positif antara citra toko dengan loyalitas pelanggan McDonald Arion pada mahasiswa Pendidikan Tata Niaga. Hal ini membuktikan bahwa citra toko merupakan salah satu faktor yang menentukan loyalitas pelanggan.

Implikasi dari penelitian ini adalah bahwa perusahaan harus dapat membentuk citra toko yang positif di mata konsumen. Citra toko yang positif dibangun oleh perusahaan dapat meningkatkan loyalitas pelanggan.

Pada variabel citra toko, indikator suasana toko merupakan indikator yang paling dominan menentukan loyalitas pelanggan atau yang tertinggi yaitu sebesar 35%, kemudian indikator kenyamanan sebesar 28%, indikator pelayanan sebesar 19 % dan yang terakhir indikator barang dagangan sebesar 18%.

Sedangkan pada variabel loyalitas pelanggan indikator perilaku merupakan indikator yang paling dominan dengan skor tertinggi yaitu sebesar 59% dan untuk indikator ikatan emosional diperoleh skor sebesar 41%.

Berdasarkan hasil pengolahan skor rata-rata tiap responden pada variabel citra toko, semua indikator mendapatkan nilai sikap positif dari responden. Citra sebuah toko dapat dibangun melalui suasana toko yang kondusif salah satunya dengan memperhatikan penerangan lampu, sehingga tercipta suasana yang nyaman bagi pelanggan. Sedangkan pada variabel loyalitas pelanggan indikator ikatan emosional salah satu pembentuk loyalitas pelanggan seperti dengan cara membela perusahaan dan bersedia untuk terus berlangganan. Apabila hal tersebut di laksanakan maka akan membuat pelanggan melakukan pembelian kembali dan menimbulkan citra toko yang positif.

### C. Saran

Saran-saran yang kiranya dapat diberikan peneliti dalam meningkatkan loyalitas pelanggan adalah:

1. Penerangan lampu di *McDonald* Arion harus ditingkatkan lebih baik agar para pelanggan bisa lebih nyaman ketika berada di dalam *McDonald* Arion sehingga pelanggan lebih sering datang dan melakukan pembelian ke *McDonald* Arion.
2. Pelanggan harus meningkatkan kesediaannya untuk membela perusahaan apabila ada yang menyampaikan pernyataan negatif tentang perusahaan maka akan membuat citra toko semakin baik.
3. Pelanggan harus meningkatkan kesediaan untuk tetap berlangganan dengan perusahaan agar semakin tinggi tingkat pembelian ke toko maka semakin tinggi juga kelayakan kepada perusahaan.
4. Perusahaan membentuk citra toko yang positif dimata konsumen sehingga semakin tinggi loyalitas pelanggan dalam melakukan pembeliannya