

## BAB V

### KESIMPULAN, IMPLIKASI DAN SARAN

#### A. Kesimpulan

##### 1. Suasana Toko (Variabel $X_1$ ) dengan Loyalitas Pelanggan (Variabel Y)

Berdasarkan kajian teoretik, data, pengolahan data, deskripsi hasil, dan pembahasan yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya, maka peneliti dapat mengambil kesimpulan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara Suasana Toko (variabel  $X_1$ ) dengan Loyalitas Pelanggan (variabel Y) pada mahasiswa Program Studi Pendidikan Bisnis Fakultas Ekonomi di Universitas Negeri Jakarta. Persamaan regresi dalam penelitian ini yaitu  $\hat{Y} = 39,478 + 0,698X_1$ . Hal ini menunjukkan bahwa setiap kenaikan satu skor Suasana Toko (variabel  $X_1$ ) akan menghasilkan kenaikan Loyalitas Pelanggan (variabel Y) sebesar 0,698 pada konstanta 39,478.

Untuk besaran hasil  $t_{hitung} 8,592 > t_{tabel} 1,984$  dengan besaran nilai *sig.* sebesar  $0,000 < 0,05$  Hal ini berarti bahwa Suasana Toko (variabel  $X_1$ ) memiliki hubungan yang signifikan dengan Loyalitas Pelanggan (variabel Y) pada mahasiswa Program Studi Pendidikan Bisnis Fakultas Ekonomi di Universitas Negeri Jakarta.

Hubungan antara Suasana Toko (variabel  $X_1$ ) dengan Loyalitas Pelanggan (variabel Y) TipTop pada mahasiswa Program Studi Pendidikan

Bisnis Fakultas Ekonomi di Universitas Negeri Jakarta adalah sebesar 40,6 Sisanya sebesar 59,4 dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya.

## **2. Kualitas Pelayanan (X<sub>2</sub>) dengan Loyalitas Pelanggan (Y)**

Berdasarkan kajian teoretik, data, pengolahan data, deskripsi hasil, dan pembahasan yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya, maka peneliti dapat mengambil kesimpulan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara Kualitas Pelayanan (variabel X<sub>2</sub>) dengan Loyalitas Pelanggan (variabel Y) pada mahasiswa Program Studi Pendidikan Bisnis Fakultas Ekonomi di Universitas Negeri Jakarta. Persamaan regresi dalam penelitian ini yaitu  $\hat{Y} = 40,699 + 0,620X_2$ . Hal ini menunjukkan bahwa setiap kenaikan satu skor Kualitas Pelayanan (variabel X<sub>1</sub>) akan menghasilkan kenaikan Loyalitas Pelanggan (variabel Y) sebesar sebesar 0,620 pada konstanta 40,699. Untuk besaran nilai  $t_{hitung} 8,075 > t_{tabel} 1,984$  dengan besaran sig sebesar  $0,000 < 0,05$ . Hal ini berarti bahwa Kualitas Pelayanan (variabel X<sub>2</sub>) memiliki hubungan yang signifikan dengan Loyalitas Pelanggan (variabel Y) pada mahasiswa Program Studi Pendidikan Bisnis Fakultas Ekonomi di Universitas Negeri Jakarta.

Hubungan antara Kualitas Pelayanan (variabel X<sub>2</sub>) dengan Loyalitas Pelanggan (variabel Y) TipTop pada mahasiswa Program Studi Pendidikan Bisnis Fakultas Ekonomi di Universitas Negeri Jakarta adalah sebesar 37,6%. Sisanya sebesar 62,4% dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya.

## **B. Implikasi**

### **1. Suasana Toko (Variabel X<sub>1</sub>) dengan Loyalitas Pelanggan (Variabel Y)**

Berdasarkan kesimpulan yang telah diuraikan yaitu terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara Suasana Toko (variabel X<sub>1</sub>) dengan Loyalitas Pelanggan (variabel Y) pada mahasiswa Program Studi Pendidikan Bisnis Fakultas Ekonomi di Universitas Negeri Jakarta. Hal ini membuktikan bahwa Suasana Toko merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi Loyalitas Pelanggan.

Berdasarkan hal tersebut dapat diambil implikasi dari hasil penelitian ini bahwa pandangan mahasiswa Program Studi Pendidikan Bisnis Fakultas Ekonomi di Universitas Negeri Jakarta terhadap Suasana Toko yang baik dapat meningkatkan Loyalitas Pelanggan TipTop. Loyalitas Pelanggan TipTop yang menurun disebabkan oleh pandangan mahasiswa Program Studi Pendidikan Bisnis Fakultas Ekonomi di Universitas Negeri Jakarta terhadap Suasana Toko yang kurang baik. Jika hal ini terjadi secara terus menerus maka akan berdampak pada Loyalitas Pelanggan TipTop yang semakin menurun dan konsumen akan beralih pada toko ritel lain.

Berdasarkan hasil analisis dari pengolahan data pada variabel Suasana Toko (X<sub>1</sub>) dapat diketahui bahwa indikator yang memiliki skor tertinggi adalah indikator yang memiliki skor tertinggi adalah bagian dalam toko (general interior) dengan sub indikator yaitu suhu udara sebesar 17,37% Selanjutnya,

indikator bagian dalam toko (general interior) dengan sub indikator pencahayaan yaitu sebesar 17,30% Selanjutnya, indikator seragam pramuniaga sebesar 17% Selanjutnya, indikator bagian luar toko (exterior) dengan sub indikator yaitu pintu masuk toko sebesar 16,26% Selanjutnya, indikator bagian luar toko dengan sub indikator yaitu logo toko sebesar 16,22% Selanjutnya, indikator yang memiliki skor terendah adalah indikator bagian dalam toko (general interior) sub indikator yaitu aroma sebesar 15,98%

Hal ini terjadi karena pandangan mahasiswa Program Studi Pendidikan Bisnis Fakultas Ekonomi di Universitas Negeri Jakarta terhadap Suasana Toko yang kurang baik sehingga berdampak pada Loyalitas Pelanggan TipTop yang menurun.

## **2. Kualitas Pelayanan ( $X_2$ ) dengan Loyalitas Pelanggan (Y)**

Berdasarkan kesimpulan yang telah diuraikan yaitu terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara Kualitas Pelayanan (variabel  $X_2$ ) dengan Loyalitas Pelanggan (variabel Y) pada mahasiswa Program Studi Pendidikan Bisnis Fakultas Ekonomi di Universitas Negeri Jakarta. Hal ini membuktikan bahwa Kualitas Pelayanan merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi Loyalitas Pelanggan.

Berdasarkan hal tersebut dapat diambil implikasi dari hasil penelitian ini bahwa pandangan mahasiswa Program Studi Pendidikan Bisnis Fakultas Ekonomi di Universitas Negeri Jakarta terhadap Kualitas Pelayanan yang tinggi dapat meningkatkan Loyalitas Pelanggan. Loyalitas Pelanggan yang menurun

disebabkan oleh kurangnya pandangan mahasiswa Program Studi Pendidikan Bisnis Fakultas Ekonomi di Universitas Negeri Jakarta terhadap Kualitas Pelayanan yang rendah. Jika hal ini terjadi secara terus menerus maka akan berdampak pada Loyalitas Pelanggan yang semakin menurun dan konsumen akan beralih pada toko ritel lain.

Berdasarkan hasil analisis dari pengolahan data pada variabel Kualitas Pelayanan ( $X_2$ ) dapat diketahui bahwa indikator yang memiliki skor tertinggi adalah ketepatan dalam melayani sebesar 13,19% Selanjutnya, indikator kesopanan sebesar 13% Selanjutnya, indikator pelayanan yang sama sebesar 12,74% selanjutnya, indikator penampilan fisik wiraniaga sebesar 12,65% setelah itu, indikator peralatan sebesar 12,46% dan indikator dengan nilai skor terendah adalah indikator dapat dipercaya, perhatian dan menolong sebesar 12%. Hal ini terjadi karena rendahnya kepercayaan mahasiswa Program Studi Pendidikan Bisnis Fakultas Ekonomi di Universitas Negeri Jakarta terhadap Kualitas Pelayanan yang rendah sehingga berdampak pada Loyalitas Pelanggan yang menurun.

### **C. Saran**

Berdasarkan uraian kesimpulan dan implikasi yang sudah dijelaskan di atas, maka saran yang diberikan peneliti dalam rangka meningkatkan Loyalitas Pelanggan adalah sebagai berikut:

1. TipTop Rawamangun sebaiknya lebih memperhatikan lagi suasana toko, terutama aroma didalam toko, bila aroma di dalam toko sedap akan

membuat pelanggan menjadi betah dan ingin datang lagi di lain hari. Hal ini akan menyebabkan pelanggan merasa loyal terhadap TipTop.

2. TipTop Rawamangun sebaiknya lebih meningkatkan kualitas pelayanan, terutama pada aspek menolong konsumen dan memberikan pelayanan yang sama terhadap konsumen, sehingga konsumen senang untuk melakukan pembelian.