

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang dilakukan kepada variabel kualitas pelayanan, promosi penjualan dan citra merek terhadap loyalitas pelanggan indomaret cabang sadai bengkong, maka dapat ditarik kesimpulan dari penelitian sebagai berikut:

1. Kualitas pelayanan yang diberikan kepada indomaret cabang sadai bengkong masih kurang dalam penanganan permasalahan konsumen terutama dalam memberikan solusi yang baik kepada pelanggan. Pembayaran kartu kredit dan debit di indomaret merupakan nilai lebih dari indomaret karena memberikan kemudahan pembayaran di masa pandemi ini . Adanya pengaruh secara parsial antara variabel kualitas pelayanan (X_1) terhadap loyalitas pelanggan Indomaret cabang sadai bengkong.
2. Promosi penjualan yang diberikan kepada pelanggan masih kurang baik pada katalog ,sehingga kurangnya daya tarik pelanggan untuk membaca dan enggan untuk mengetahui informasi lebih lanjut di dalam katalog. Dalam menetapkan diskon menarik di indomaret memberikan stimulus untuk melakukan transaksi terus menerus maka diskon pada indomaret harus dipertahankan. Adanya pengaruh secara parsial antara variabel promosi penjualan (X_2) terhadap loyalitas pelanggan Indomaret cabang sadai bengkong

4. Citra merek pada indomaret mempunyai reputasi yang baik dimata masyarakat secara luas. Namun, perlu digaris bawahi bahwa beberapa pelanggan tidak merasakan kesenangan dalam berbelanja di dalam toko. maka, perlu diperbaiki agar citra yang telah dibangun baik di mata konsumen tidak berubah pada saat berbelanja di toko indomaret kembali. Adanya pengaruh secara parsial antara variabel Citra merek (X_3) terhadap loyalitas pelanggan Indomaret cabang sadai bengkong.
5. Loyalitas pelanggan pada indomaret cabang sadai bengkong cenderung mengatakan kepada orang lain terkait dengan hal positif pada indomaret cabang sadai bengkong. namun perlu digaris bawahi beberapa pelanggan juga kurang merekomendasikan berbelanja di indomaret cabang sadai bengkong.
6. Kualitas pelayanan, promosi penjualan dan citra merek yang dipersiapkan manajemen sudah dikatakan baik namun perlu adanya perubahan karena adanya pro dan kontra yang terjadi antara pelanggan indomaret. Bukan hanya itu loyalitas pelanggan adalah salah satu tonggak keberhasilan dalam memenangkan persaingan pasar yang berubah dimasa depan. Adanya pengaruh secara simultan antar variabel dependent terhadap variabel independen yakni kualitas pelayanan (X_1), promosi penjualan (X_2), Citra merek (X_3) terhadap loyalitas pelanggan Indomaret cabang sadai bengkong.

5.2 Saran

Dari kesimpulan di atas , maka penulis memberikan saran-saran yang diberikan adalah demikian:

1. Bagi pihak manajemen indomaret , dapat lebih memperhatikan faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan dalam berbelanja di toko indomaret.
2. Diharapkan peneliti selanjutnya dapat memberikan hasil penelitiannya dengan menggunakan variabel bebas yang luasa daripada kualitas pelayanan, promosi penjualan dan citra merek supaya mendapatkan hasil penelitian yang lebih baik.
3. Penelitian selanjutnya dapat memasukan jumlah sampel lebih banyak dan lebih luas agar penelitian bisa lebih akurat dan tepat sehingga dapat diterapkan pada indomaret manapun secara general.