

BAB V

KESIMPULAN

1.1 Kesimpulan

Berdasarkan analisis hasil dan pembahasan dalam penelitian, maka didapatkan kesimpulan sebagai berikut:

1. *Store atmosphere* tidak berpengaruh signifikan terhadap *customer loyalty* pada Miss Glam Jalan Damar Kota Padang. Ini mengindikasikan *store atmosphere* tidak memberikan kontribusi yang berarti untuk meningkatkan *customer loyalty* pada konsumen Miss Glam Jalan Damar Kota Padang. Konsumen lebih mementingkan menemukan produk yang tepat dengan harga yang sesuai daripada menikmati suasana toko.
2. *Customer value* berpengaruh signifikan terhadap *customer loyalty* pada Miss Glam Jalan Damar Kota Padang. Produk kosmetik Miss Glam Jalan Damar Kota Padang memiliki kualitas yang bagus dan berasal dari merek-merek terkenal yang sudah diakui kualitasnya sehingga dapat menciptakan *customer loyalty*.
3. *Halal labeled products* tidak berpengaruh signifikan terhadap *customer loyalty* pada Miss Glam Jalan Damar Kota Padang. Ini mengindikasikan *halal labeled products* tidak memberikan kontribusi yang berarti untuk meningkatkan *customer loyalty* pada konsumen Miss Glam Jalan Damar Kota Padang. Konsumen yang didominasi generasi Z tidak terlalu memperhatikan atau menganggap penting label halal pada produk kosmetik. Konsumen mungkin sudah terbiasa menggunakan produk kosmetik dari merek-merek yang tidak

memiliki label halal tetapi tetap merasa puas dengan kualitas dan keamanannya dan mereka mungkin tidak merasa perlu beralih ke produk yang berlabel halal.

4. *Store atmosphere* tidak berpengaruh signifikan terhadap *customer satisfaction* pada Miss Glam Jalan Damar Kota Padang. Ini mengindikasikan *store atmosphere* tidak memberikan kontribusi yang berarti untuk meningkatkan *customer satisfaction* pada konsumen Miss Glam Jalan Damar Kota Padang. Konsumen lebih fokus pada mendapatkan produk yang mereka butuhkan dengan cepat dan efisien. Pengalaman berbelanja mereka yang terbatas membuat konsumen kurang memperhatikan *store atmosphere* sebagai faktor yang signifikan dalam menentukan kepuasan.
5. *Customer value* berpengaruh signifikan terhadap *customer satisfaction* pada Miss Glam Jalan Damar Kota Padang. Konsumen melihat dan mendapatkan nilai dalam produk yang telah mereka beli dan gunakan. Produk kosmetik yang ditawarkan oleh Miss Glam di Jalan Damar Kota Padang telah memenuhi manfaat yang diinginkan oleh konsumen.
6. *Halal labeled products* berpengaruh signifikan terhadap *customer satisfaction* pada Miss Glam Jalan Damar Kota Padang. Label halal dari lembaga terpercaya seperti MUI menjadi bukti bahwa produk telah melalui proses pemeriksaan ketat, sehingga konsumen merasa aman dan yakin produk tersebut bebas dari bahan terlarang. Rasa aman dan kepercayaan ini merupakan kunci utama kepuasan pelanggan, karena mereka tidak perlu ragu akan kehalalan produk yang digunakan.

7. *Customer satisfaction* berpengaruh signifikan terhadap *customer loyalty* pada Miss Glam Jalan Damar Kota Padang. Ketika konsumen merasa bahwa semua kebutuhan dan harapan mereka terpenuhi, konsumen akan merasakan kepuasan yang tinggi. Perasaan puas ini bukan hanya membuat konsumen ingin kembali berbelanja, tetapi juga mendorong konsumen untuk berbagi pengalaman positif tersebut dengan teman dan keluarga.
8. *Store atmosphere* tidak berpengaruh signifikan terhadap *customer loyalty* melalui *customer satisfaction* pada Miss Glam Jalan Damar Kota Padang. Toko Miss Glam belum mampu menciptakan suasana yang sepenuhnya sesuai dengan harapan konsumen. Kenyamanan yang dirasakan tidak cukup untuk membuat konsumen merasa benar-benar rileks dan menikmati pengalaman berbelanja, yang pada akhirnya mempengaruhi tingkat kepuasan dan loyalitas konsumen.
9. *Customer value* berpengaruh signifikan terhadap *customer loyalty* melalui *customer satisfaction* pada Miss Glam Jalan Damar Kota Padang. Nilai yang diterima konsumen langsung memicu perasaan puas secara keseluruhan, yang mencerminkan evaluasi mereka terhadap penggunaan produk. Ketika kepuasan konsumen mencapai level optimal, hal ini akan mendorong terbentuknya loyalitas.
10. *Halal labeled products* berpengaruh signifikan terhadap *customer loyalty* melalui *customer satisfaction* pada Miss Glam Jalan Damar Kota Padang. Kepuasan yang dihasilkan dari penggunaan produk halal menciptakan perasaan

positif dan kepercayaan terhadap Miss Glam Jalan Damar Kota Padang, yang akhirnya mendorong loyalitas konsumen.

1.2 Implikasi Penelitian

Hasil penelitian yang ditemukan pada penelitian ini dapat menjadi salah satu masukan untuk Miss Glam Jalan Damar Kota Padang agar lebih memperhatikan *store atmosphere*, *customer value* dan *halal-labeled products* yang dirasakan konsumennya juga memperhatikan *customer satisfaction* agar dapat meningkatkan *customer loyalty* pada Miss Glam Jalan Damar Kota Padang.

Store atmosphere tidak berpengaruh signifikan terhadap *customer loyalty* dan *customer satisfaction*, kemudian *store atmosphere* tidak berpengaruh signifikan terhadap *customer loyalty* di Miss Glam Jalan Damar Kota Padang yang dimediasi oleh *customer satisfaction*. Sesuai hasil penelitian beberapa upaya penting yang harus dilakukan Miss Glam Jalan Damar Kota Padang untuk meningkatkan *store atmosphere* adalah memberikan peningkatan dengan cara:

1. Jumlah pengunjung yang selalu banyak dan ramai berpotensi menciptakan suasana yang sibuk dan padat, yang dapat mengurangi kenyamanan dan kepuasan pelanggan. Upaya yang perlu dilakukan seperti tata letak toko harus dirancang ulang untuk mengoptimalkan ruang dan aliran pelanggan. Miss Glam dapat mempertimbangkan untuk menggunakan perabotan dan display yang lebih ramping dan fungsional, sehingga ruang toko terasa lebih luas dan tidak terlalu penuh. Pengaturan yang baik akan memungkinkan pelanggan untuk bergerak dengan lebih leluasa tanpa merasa sesak atau terhalang.

2. Miss Glam Jalan Damar Kota Padang dapat mempertimbangkan elemen sensorik seperti musik yang menenangkan dan aroma yang menyenangkan. Musik yang tepat dapat menciptakan suasana yang rileks dan menyenangkan, sementara aroma yang menyegarkan dapat meningkatkan mood pelanggan dan membuat mereka merasa lebih nyaman saat berbelanja. Penggunaan elemen-elemen ini dapat meningkatkan pengalaman keseluruhan pelanggan di toko.
3. Menyediakan area uji coba produk selain *lip product* untuk mencoba produk secara langsung dan memastikan produk tersebut sesuai dengan kebutuhan dan preferensi konsumen. Konsumen dapat melihat bagaimana produk kosmetik tampak pada kulit mereka, merasakan teksturnya, dan mencium aromanya sebelum membuat keputusan pembelian. Hal ini membantu mengurangi risiko ketidakpuasan setelah pembelian dan meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk yang dijual Miss Glam Jalan Damar Kota Padang.

Customer value berpengaruh signifikan terhadap *customer loyalty* dan *customer satisfaction*, kemudian *customer value* berpengaruh signifikan terhadap *customer loyalty* di Miss Glam Jalan Damar Kota Padang yang dimediasi oleh *customer satisfaction*. Sesuai hasil penelitian beberapa upaya penting yang harus dilakukan Miss Glam Jalan Damar Kota Padang untuk meningkatkan *customer value* adalah memberikan peningkatan dengan cara:

1. Mayoritas responden berpendapat bahwa produk kosmetik di Miss Glam memiliki harga yang tidak murah. Ini menunjukkan adanya kesenjangan antara ekspektasi harga konsumen dan penawaran Miss Glam. Untuk mengatasi hal ini, disarankan agar Miss Glam mempertimbangkan untuk menyediakan corner

produk khusus yang menawarkan barang-barang dengan harga lebih terjangkau. Strategi ini dapat membantu menarik segmen konsumen yang sensitif terhadap harga, tanpa harus mengubah keseluruhan positioning harga toko. Corner produk murah ini bisa menjadi titik masuk bagi konsumen baru dan potensial untuk mengenal Miss Glam, yang pada akhirnya dapat mendorong mereka untuk mencoba produk-produk lain dengan harga yang lebih tinggi di masa depan.

2. Sebagian besar konsumen setuju bahwa berbelanja produk kosmetik di toko Miss Glam Jalan Damar Kota Padang tidak menciptakan persepsi yang baik tentang mereka di mata orang lain. Hal ini menunjukkan bahwa positioning Miss Glam di pasar kosmetik Kota Padang mungkin tidak cukup kuat atau berbeda untuk menciptakan kesan eksklusif atau prestise. Strategi yang dapat dilakukan seperti rebranding untuk mengubah persepsi konsumen tentang Miss Glam. Kampanye pemasaran yang menekankan pada nilai-nilai premium dan prestise dari produk serta pengalaman belanja bisa dilakukan. Menggunakan media sosial dan influencer yang dianggap berkelas juga dapat membantu meningkatkan brand image. Kemudian, peningkatan kualitas layanan pelanggan, redesain interior toko untuk menciptakan suasana yang lebih eksklusif. Miss Glam juga bisa mempertimbangkan untuk mengadakan acara-acara eksklusif atau program membership yang dapat meningkatkan rasa eksklusivitas dan prestise bagi konsumen.

Halal labeled products tidak berpengaruh signifikan terhadap *customer loyalty* tetapi berpengaruh signifikan terhadap *customer satisfaction*, kemudian

halal labeled products berpengaruh signifikan terhadap *customer loyalty* di Miss Glam Jalan Damar Kota Padang yang dimediasi oleh *customer satisfaction*. Sesuai hasil penelitian beberapa upaya penting yang harus dilakukan Miss Glam Jalan Damar Kota Padang untuk meningkatkan *halal labeled products* adalah memberikan peningkatan dengan cara:

1. Mengedukasi pelanggan dengan menyediakan informasi yang komprehensif mengenai pentingnya dan manfaat dari produk berlabel halal. Edukasi ini bisa dilakukan melalui berbagai cara, seperti brosur yang mudah diakses di toko atau sesi konsultasi langsung yang diadakan di toko. Dengan menyediakan informasi yang jelas dan mendalam, konsumen akan lebih memahami nilai dan keuntungan dari menggunakan produk berlabel halal, sehingga meningkatkan kepercayaan dan kepuasan konsumen.
2. Bekerja sama dengan influencer yang memiliki pengaruh besar di komunitas yang peduli dengan kehalalan produk. Influencer dapat membantu meningkatkan kesadaran dan kepercayaan terhadap produk berlabel halal di Miss Glam. Melalui konten yang dibagikan di media sosial, influencer dapat menjelaskan manfaat dan kualitas produk halal, serta memberikan testimoni yang meyakinkan kepada para pengikut mereka. Kolaborasi ini dapat memperluas jangkauan pasar Miss Glam dan menarik pelanggan baru yang sebelumnya belum familiar dengan produk berlabel halal.

1.3 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini dalam pelaksanaannya masih punya berbagai kekurangan disebabkan adanya keterbatasan yang ditemukan pada saat penelitian. Oleh karena itu

keterbatasan tersebut diharapkan untuk diperhatikan pada penelitian selanjutnya.

Adapun keterbatasan penelitian sebagai berikut:

1. Peneliti hanya menganalisis pengaruh *store atmosphere*, *customer value* dan *halal labeled products* terhadap *customer loyalty* pada Miss Glam Jalan Damar Kota Padang dengan *customer satisfaction* sebagai variabel mediasi.
2. Pada penelitian ini data yang digunakan hanya data kuantitatif, dimana datanya dihasilkan dengan menyebarkan kuesioner secara Hybrid yaitu Offline bagi yang tidak bisa mengakses Google Form dan Online untuk yang bisa mengakses Google Form, mengakibatkan data yang dihasilkan terbatas.
3. Batasan sampel yang dipergunakan hanya berumur minimal 17 tahun Dimana usia 17 tahun ke atas mencakup kelompok demografis yang kemungkinan besar memiliki daya beli dan kebutuhan produk yang relevan yang ditawarkan oleh Miss Glam. Kemudian, responden yang sudah berbelanja 2 kali atau lebih di Miss Glam menunjukkan bahwa responden memiliki pengalaman yang cukup dengan toko. Pengalaman berulang ini penting untuk memastikan bahwa responden memiliki pemahaman yang baik tentang atmosfer toko, nilai yang diberikan oleh toko, serta produk halal yang ditawarkan.
4. Sampel yang dipergunakan jumlahnya terbatas hanya 150 responden, dimana sampelnya belum dapat menggambarkan secara keseluruhan penilaian Miss Glam Jalan Damar Kota Padang karena di Kota Padang Miss Glam memiliki beberapa cabang.

1.4 Saran

Dalam rangka pengembangan penelitian ini, maka diperlukan penelitian berkelanjutan yang lebih luas untuk memperbaiki kelemahan yang ada sehingga dapat disempurnakan. Berikut beberapa saran yang dapat disampaikan untuk praktisi dan akademisi yang akan melanjutkan penelitian ini:

1. Untuk penelitian selanjutnya disarankan untuk menggunakan sampel berukuran besar agar hasil penelitian menjadi lebih baik.
2. Penelitian ini kedepannya agar melakukan perluasan pada objek penelitian, tidak hanya konsumen yang berbelanja produk kosmetik di Miss Glam Jalan Damar Kota Padang tetapi dapat dilakukan ke konsumen Miss Glam secara keseluruhan di berbagai cabang yang ada di luar Kota Padang.
3. Peneliti selanjutnya disarankan untuk menambah variabel-variabel lain yang dapat digunakan untuk memberikan pengaruh pada *customer loyalty*.

