

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian ini, terdapat empat variabel yang digunakan yaitu *Store Atmosphere*, *Customer Engagement*, dan Loyalitas Pelanggan. Penelitian ini menggunakan data primer, karena dalam pengumpulan data dengan menyebarkan kuesioner dengan menggunakan media *Google Form*. Pengumpulan data dikumpulkan secara langsung kepada responden yang sesuai dengan kriteria yang sudah ditetapkan. Jumlah responden pada penelitian ini sebanyak 145 orang konsumen Coga *Barbershop* Padang. Berdasarkan pembahasan dan penjelasan yang telah dijabarkan pada bab sebelumnya, maka diperoleh kesimpulan:

1. *Store Atmosphere* tidak berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan. *Store atmosphere* yang baik akan menarik perhatian pelanggan untuk mengunjungi toko tersebut. *Store atmosphere* tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan disebabkan karena *store atmosphere* yang diciptakan oleh Coga *Barbershop* kurang kuat dalam mempengaruhi kesetiaan pelanggan terhadap Coga *Barbershop* Padang.
2. *Customer Engagement* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan. Hal ini berarti hubungan interaksi yang dibangun antara pemilik usaha dengan pelanggannya mampu menciptakan loyalitas pelanggan di Coga *Barbershop* Padang.

5.2 Implikasi Penelitian

Penelitian ini memiliki beberapa implikasi penting bagi pihak Coga *Barbershop* Padang untuk meningkatkan kuantitas penjualan terhadap produknya diantaranya sebagai berikut:

1. Hasil penelitian ini menemukan bahwa *store atmosphere* berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan, namun jika dilihat dari hasil analisis deskriptif, terdapat nilai rata-rata terendah dari deskriptif variabel *store atmosphere* terhadap loyalitas pelanggan pada pernyataan “Bagian depan *barbershop* terlihat menarik untuk dikunjungi” dan “*Display* produk tersusun rapi dan menarik untuk dipandang”. Hal ini menandakan bahwa desain bagian depan toko menjadi salah satu faktor yang menentukan seorang pelanggan akan mengunjungi toko tersebut, dan ini merupakan hal yang penting dilakukan untuk menjalankan suatu bisnis karena desain bagian depan toko yang bagus akan menarik perhatian pelanggan untuk datang berkunjung serta menggunakan layanan yang diberikan oleh Coga *Barbershop*. Selain itu, penataan *display* produk yang rapi di dalam toko dapat mempengaruhi kesetiaan pelanggan karena *display* produk yang rapi dan bersih akan membuat pelanggan nyaman dalam mengamati produk yang dijual di toko. Bagi pihak Coga *Barbershop*, yang harus dilakukan adalah membuat desain yang menarik untuk bagian depan toko dan menata *display* produk yang dijual dengan rapi agar pelanggan tertarik untuk mengunjungi Coga *Barbershop* Padang. Apabila hal tersebut dilakukan dengan baik maka dapat menciptakan loyalitas pelanggan yang menjadi keuntungan bagi Coga *Barbershop* Padang.
2. Penelitian ini menemukan hasil bahwa *customer engagement* berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Hal ini menandakan bahwa *customer*

engagement yang dibangun antara pemilik usaha dengan pelanggannya akan mempengaruhi loyalitas pelanggan. Bagi pelanggan, apabila suatu usaha mampu menciptakan hubungan serta interaksi yang positif, maka pelanggan akan merasa nyaman serta merasa saling menghargai antara pelaku usaha dan pelanggan sehingga pelanggan akan berulang dalam menggunakan layanan yang diberikan oleh *Coga Barbershop* Padang. Dengan demikian, *Coga Barbershop* harus menciptakan hubungan dan interaksi yang positif antara pelaku usaha dan pelanggan itu sendiri agar terciptanya sikap loyal seorang pelanggan terhadap *Coga Barbershop* Padang.

5.3 Keterbatasan Penelitian

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, peneliti menyadari bahwa adanya ketidaksempurnaan dari hasil temuan serta memiliki keterbatasan.

Adapun keterbatasan dalam penelitian ini adalah:

1. Penelitian ini hanya dilakukan pada pelanggan *Coga Barbershop* Padang dan berdomisili di Kota Padang.
2. Penelitian ini hanya menggunakan data kuantitatif yang diperoleh dari kuesioner yang diisi oleh responden, sehingga data yang diperoleh dalam penelitian ini terbatas.
3. Variabel Independen yang digunakan dalam penelitian ini hanya *Store Atmosphere* dan *Customer Engagement* sehingga tidak dapat mengetahui secara keseluruhan hal-hal mempengaruhi Loyalitas Pelanggan.

5.4 Saran

Berdasarkan paparan keterbatasan penelitian, berikut beberapa saran yang dapat dilakukan oleh peneliti selanjutnya, yaitu:

1. Untuk penelitian selanjutnya, diharapkan jumlah sampel yang menjadi responden diperbanyak lagi sehingga hasil penelitian menjadi lebih baik lagi.
2. Untuk penelitian selanjutnya, diharapkan menambahkan variabel lain yang sekiranya dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan
3. Untuk penelitian selanjutnya, diharapkan untuk dapat memperluas cakupan objek penelitian lagi.
4. Untuk pihak *Coga Barbershop*, diharapkan untuk dapat memberikan informasi dan pengalaman menarik bagi pelanggan yang berkunjung.

