

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang sudah dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa *retail service quality*, *loyalty program* dan *customer satisfaction* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *customer loyalty*.

Retail service quality berpengaruh signifikan terhadap *customer loyalty*. Hal ini membuktikan bahwa *Retail service quality* merupakan faktor penting yang mempengaruhi *customer loyalty* dimana pelanggan yang merasa dilayani dengan baik cenderung lebih setia. Penelitian ini menunjukkan bahwa aspek-aspek seperti Xyz Houseware menyediakan barang yang dibutuhkan, memberikan perhatian lebih dan memberikan solusi kepada konsumen Xyz Houseware memiliki dampak yang signifikan terhadap *customer loyalty*. Ketika pelanggan merasa diperlakukan dengan baik dan diberikan layanan yang memadai dapat membuat konsumen Xyz Houseware untuk kembali dan menjadi pelanggan setia.

Retail service quality berpengaruh signifikan terhadap *customer satisfaction*. Hal ini menandakan bahwa *Retail service quality* juga berdampak langsung terhadap *customer satisfaction*. Layanan yang baik membuat konsumen Xyz Houseware merasa dihargai dan dipedulikan sehingga dapat meningkatkan kepuasan konsumen Xyz Houseware. Aspek-aspek yang dimiliki seperti Xyz Houseware mempunyai peralatan dan perlengkapan modern, Xyz Houseware tersebut bersih, menarik dan memiliki fasilitas yang nyaman, Xyz

Houseware mempunyai tata letak toko yang mudah ditelusuri, dapat menyediakan pelayanan yang tepat waktu, karyawan yang mempunyai wawasan dan pengetahuan dalam menjawab pernyataan konsumen, menyediakan tempat parkir yang nyaman dan luas dan mempunyai waktu jam operasional yang nyaman dan pas untuk berbelanja bagi konsumen Xyz Houseware sehingga faktor-faktor tersebut yang berkontribusi terhadap *customer satisfaction* sehingga Xyz Houseware dapat memastikan bahwa semua elemen ini terjaga dengan baik adalah kunci untuk mencapai *customer satisfaction* yang tinggi.

Loyalty Program berpengaruh signifikan terhadap *customer loyalty*. Hal ini memperlihatkan bahwa konsumen Xyz Houseware yang sudah menjadi member lebih setia dibandingkan dengan mereka yang tidak menjadi member. Program member memberikan insentif tambahan bagi pelanggan untuk tetap berbelanja di Xyz Houseware, seperti diskon atau harga grosir. Hal ini meningkatkan nilai yang dirasakan oleh konsumen yang sudah menjadi member di Xyz Houseware dan dapat mendorong atau meningkatkan keinginan untuk terus berbelanja di Xyz Houseware.

Loyalty program berpengaruh signifikan terhadap *customer satisfaction*. Hal ini berarti semakin meningkatkan *loyalty program* juga berdampak positif terhadap kepuasan pelanggan. Program member ini dirancang untuk memberikan pengalaman berbelanja yang lebih baik dan mudah seperti saat melakukan pembayaran di kasir dengan menyebut nama dan nomor telepon akan mendapatkan diskon atau harga grosir sehingga dapat meningkatkan *customer satisfaction*. Kemudian dengan pengalaman menjadi member di Xyz

Houseware yang merasa puas dengan berbelanja di Xyz Houseware, konsumen Xyz Houseware akan merekomendasikan *loyalty program* yang ada di Xyz Houseware ke teman atau keluarga konsumen Xyz Houseware.

Customer satisfaction berpengaruh signifikan terhadap *customer loyalty*. Hal ini memperlihatkan bahwa semakin tinggi *customer satisfaction* maka semakin kuat mempengaruhi *customer loyalty*. Ketika konsumen Xyz Houseware merasa puas dengan produk dan layanan yang diberikan Xyz Houseware, konsumen Xyz Houseware akan kembali untuk berbelanja di Xyz Houseware. Kemudian *customer satisfaction* menciptakan pengalaman positif yang mendorong konsumen Xyz Houseware untuk tetap setia dan bahkan merekomendasikan Xyz Houseware kepada orang lain, teman dan keluarga.

5.2 Implikasi Penelitian

Bagi manajemen Xyz Houseware pada penelitian ini memiliki beberapa implikasi penting yang selama ini tanpa disadari Xyz Houseware merupakan strategi yang harus ditingkatkan supaya efektif dan efisien. Implikasi ini mencakup strategi dan tindakan yang dapat diambil oleh manajemen Xyz Houseware untuk meningkatkan *customer loyalty* melalui peningkatan *retail service quality*, *loyalty program* dan *customer satisfaction*.

Manajemen Xyz Houseware dapat meningkatkan modernitas dalam peralatan dan perlengkapan toko yang merupakan elemen penting dengan harus terus meng-update teknologi dan fasilitas yang ada di Xyz Houseware. Modernitas tidak hanya memberikan kemudahan bagi konsumen dalam mencari

dan membeli produk, tetapi juga meningkatkan daya tarik visual toko, yang berkontribusi terhadap pengalaman belanja yang menyenangkan dan nyaman.

Xyz Houseware dapat menyediakan alat scan barcode yang dapat menampilkan harga dan penjelasan penggunaan suatu produk tersebut sehingga konsumen tidak perlu mencari karyawan Xyz Houseware untuk menjelaskan produk barang yang akan dibeli oleh konsumen. Konsumen Xyz Houseware dapat dilihat dari karakteristik responden kuesioner yang telah disebar, yaitu konsumen dengan pendidikan terakhir S1, konsumen ini memiliki ekspektasi tinggi terhadap kualitas dan inovasi produk, serta kenyamanan berbelanja. Kemudian konsumen yang berusia 26-35 tahun seringkali memiliki gaya hidup yang dinamis dan menginginkan efisiensi dalam berbelanja sehingga alat scan barcode tersebut sangat efektif digunakan saat berbelanja. Selain itu, perempuan cenderung memperhatikan detail dalam produk rumah tangga yang digunakan, sehingga alat scan barcode tersebut bisa memberikan informasi yang jelas dan lengkap mengenai barang untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Xyz Houseware dapat mengidentifikasi perlengkapan yang sudah terlihat tradisional dengan mengganti fasilitas tersebut sesuai dengan fasilitas Houseware pada umumnya. Xyz Houseware masih menggunakan rak- rak untuk menempatkan barang yang dipajang atau barang di display dengan rak dan alat- alat pengukur barang yang terbuat dari kayu. Kemudian Xyz Houseware bisa mengganti alat ukur kayu dengan timbangan digital atau alat ukur lainnya yang lebih akurat dan modern sehingga dapat memastikan keakuratan pengukuran dan meningkatkan kepercayaan konsumen.

Manajemen Xyz Houseware dapat meningkatkan fasilitas yang menarik secara visual bagi konsumen Xyz Houseware. Xyz Houseware dapat menyediakan lift untuk memudahkan bagi konsumen yang dapat dilihat pada tabel 4.2 karakteristik responden berdasarkan usia didominasi oleh usia 26- 35 tahun sebanyak 75 responden dengan persentase 45% dan usia 36- 45 tahun sebanyak 53 responden dengan persentase 32%. Dengan menyediakan lift bagi konsumen tersebut dapat akses ke lantai dua tanpa kesulitan sehingga Xyz Houseware menarik secara visual bagi konsumen Xyz Houseware. Kemudian Xyz Houseware dapat menggunakan pintu masuk toko yang lebih modern dengan mengganti pintu masuk dari pintu *rolling door folding gate* menjadi pintu masuk yang terbuat dari kaca seperti pintu masuk sebuah mall. Peningkatan ini tidak hanya akan meningkatkan estetika toko tetapi juga kenyamanan dan kemudahan akses bagi konsumen Xyz Houseware.

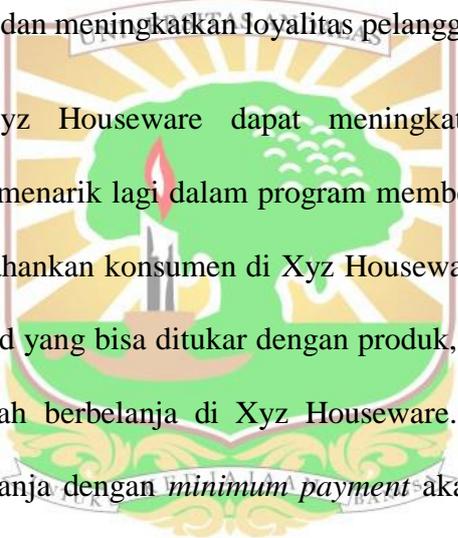
Manajemen Xyz Houseware dapat meningkatkan kepatuhan terhadap janji dan penawaran yang dibuat sangat krusial untuk menjaga kepercayaan dan loyalitas pelanggan. Xyz Houseware harus memastikan bahwa setiap janji pelayanan dipenuhi dengan tepat waktu dan sesuai dengan yang ditawarkan oleh Xyz Houseware. Konsumen Xyz Houseware yang membutuhkan produk yang stok sudah habis dapat membuat perjanjian dengan karyawan Xyz Houseware untuk dapat *restock* produk tersebut sesuai dengan waktu yang dijanjikan. Xyz Houseware dapat memberitahu konsumen tersebut bahwa produk yang telah dijanjikan sudah tersedia di Xyz Houseware supaya bisa dapat diambil oleh konsumen Xyz Houseware. Hal ini sangat penting karena sebagian besar

konsumen Xyz Houseware adalah pegawai perusahaan yang memiliki waktu terbatas dan menginginkan kepastian dalam setiap transaksi. Kemudian kepatuhan terhadap janji dan penawaran ini juga membantu dalam membangun reputasi positif di antara konsumen berpendidikan tinggi yang cenderung lebih kritis dan selektif dalam memilih toko untuk berbelanja. Konsumen Xyz Houseware dengan pendidikan terakhir S1 dan pekerjaan sebagai pegawai retail cenderung memiliki standar yang tinggi terhadap keandalan layanan dengan menginginkan kepastian dan keandalan dalam setiap transaksi yang dilakukan sehingga dapat kepercayaan konsumen adalah kunci untuk mempertahankan loyalitas konsumen.

Kualitas pelayanan karyawan merupakan faktor kunci dalam pengalaman belanja yang positif. Xyz Houseware harus memastikan bahwa setiap karyawan dilatih untuk responsif terhadap permintaan konsumen karena mengharapkan pelayanan yang cepat dan efisien. Ketidakpedulian karyawan Xyz Houseware dapat dengan cepat merusak reputasi toko dan menyebabkan konsumen berpindah ke kompetitor. Responsif terhadap permintaan konsumen saat berada di Xyz Houseware walaupun sedang banyak konsumen dapat menunjukkan bahwa Xyz Houseware menghargai setiap pelanggannya. Hal ini sangat penting untuk target pasar mereka yang menginginkan pelayanan prima dan merasa dihargai. Pelayanan yang baik meningkatkan kepuasan pelanggan dan mendorong mereka untuk kembali berbelanja.

Manajemen Xyz Houseware dapat meningkatkan kemampuan karyawan dalam menangani keluhan dengan baik, baik secara langsung di toko maupun melalui saluran komunikasi lain, sangat penting untuk menjaga kepuasan

pelanggan. Xyz Houseware harus memiliki sistem manajemen keluhan yang efektif dan memberikan pelatihan kepada karyawan untuk dapat menangani situasi sulit dengan profesionalisme pada suatu produk yang ada di Xyz Houseware. Konsumen yang memiliki masalah atau kendala terhadap produk yang sudah dibeli, karyawan Xyz Houseware dapat memberikan solusi yang mudah dipahami oleh konsumen. Hal ini penting untuk mempertahankan pelanggan yang memiliki ekspektasi tinggi terhadap layanan sehingga kemampuan untuk menangani keluhan secara efektif dapat mengubah pengalaman negatif menjadi positif dan meningkatkan loyalitas pelanggan.



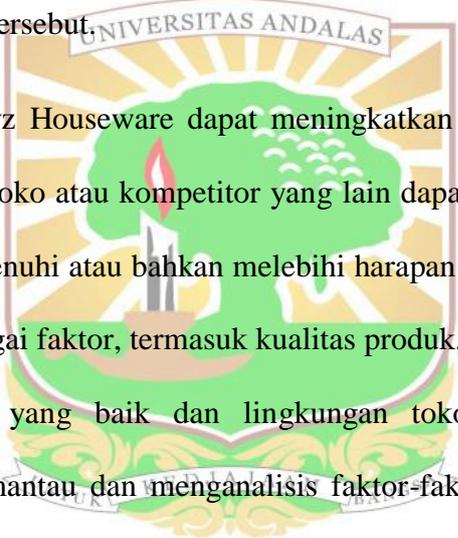
Manajemen Xyz Houseware dapat meningkatkan dalam membuat penawaran yang lebih menarik lagi dalam program member sangat penting untuk menarik dan mempertahankan konsumen di Xyz Houseware. Penawaran menarik bisa berupa poin reward yang bisa ditukar dengan produk, atau akses eksklusif ke promosi tertentu setelah berbelanja di Xyz Houseware. Kemudian penawaran menarik seperti berbelanja dengan *minimum payment* akan mendapatkan hadiah berupa produk yang mempunyai nilai yang berharga sehingga konsumen tertarik untuk mendapatkan produk tersebut. Hal ini akan meningkatkan nilai tambah bagi konsumen dan merasa diuntungkan dengan bergabung dalam program member. Konsumen juga cenderung membandingkan berbagai penawaran sebelum memutuskan untuk berbelanja di satu tempat sehingga dengan memberikan penawaran yang menarik, Xyz Houseware dapat meningkatkan daya tarik dan loyalitas program member Xyz Houseware.

Rekomendasi dari member Xyz Houseware kepada teman atau keluarga merupakan bentuk promosi yang sangat efektif. Xyz Houseware harus memahami bahwa konsumen yang puas dengan program member di Xyz Houseware cenderung menjadi promotor yang kuat sehingga mendorong konsumen untuk merekomendasikan program member dapat dilakukan melalui memberikan insentif bagi member Xyz Houseware yang berhasil merekrut anggota baru atau dengan menjalankan *program referral* yang dimana konsumen baru mendaftar menjadi member di Xyz Houseware menggunakan data member yang sudah mendaftar di Xyz Houseware sehingga member tersebut mendapatkan insentif dari Xyz Houseware.

Relevansi program member dalam proses berbelanja menunjukkan bahwa program tersebut benar-benar memberikan manfaat besar bagi member Xyz Houseware. Xyz Houseware perlu memastikan bahwa program member dirancang sesuai dengan kebutuhan dan preferensi member Xyz Houseware seperti penawaran barang *komplementer* yang dipersonalisasi berdasarkan riwayat belanja. Member Xyz Houseware yang merasakan relevansi program member dalam aktivitas berbelanja mereka cenderung lebih terikat dan puas dengan layanan yang diberikan sehingga dapat meningkatkan untuk terus menggunakan program member dan berbelanja di Xyz Houseware dapat menciptakan pengalaman belanja yang lebih baik dan meningkatkan loyalitas pelanggan.

Kemudahan penggunaan program member adalah faktor penting yang mempengaruhi pengalaman pelanggan. Xyz Houseware harus memastikan bahwa proses pendaftaran, penggunaan, dan penukaran manfaat dari program member

berlangsung dengan lancar dan tanpa hambatan atau kendala. Xyz Houseware dapat membuat aplikasi program member Xyz Houseware di *smartphone* sehingga dapat menggunakan sistem poin yang mudah dimengerti, mendapat informasi tentang penawaran yang sedang berlaku dan proses checkout yang terintegrasi dengan program member. Pelanggan yang merasa bahwa program member mudah digunakan cenderung lebih puas dan lebih sering memanfaatkannya karena konsumen mengharapkan proses yang cepat dan efisien sehingga Xyz Houseware harus memastikan bahwa program member dapat memenuhi ekspektasi tersebut.



Manajemen Xyz Houseware dapat meningkatkan keunggulan kompetitif dibandingkan dengan toko atau kompetitor yang lain dapat dilihat saat konsumen merasa puas dan memenuhi atau bahkan melebihi harapan konsumen. Hal ini bisa disebabkan oleh berbagai faktor, termasuk kualitas produk, harga yang kompetitif, pelayanan pelanggan yang baik dan lingkungan toko yang nyaman. Xyz Houseware dapat memantau dan menganalisis faktor-faktor yang menyebabkan kepuasan pelanggan lebih tinggi dibandingkan pesaing atau kompetitor yang lain. Hal ini bisa dicapai melalui pemantauan rutin melalui survei dan feedback baik secara *online* mulai dari sosial media seperti instagram atau facebook dan secara *offline* seperti membuat kotak saran atau berkomunikasi langsung dengan konsumen Xyz Houseware saat berbelanja. Manajemen juga perlu merespon umpan balik konsumen Xyz Houseware dengan cepat dan melakukan perbaikan yang diperlukan untuk memastikan bahwa harapan konsumen Xyz Houseware selalu terpenuhi atau bahkan terlampaui.

Kemudian Xyz Houseware harus dapat secara konsisten memenuhi atau melampaui ekspektasi pelanggan, hal ini akan berdampak positif pada tingkat kepuasan dan loyalitas pelanggan sehingga Xyz Houseware perlu untuk memahami ekspektasi konsumen dan memastikan bahwa semua aspek layanan dan produk mereka sesuai dengan ekspektasi tersebut. Xyz Houseware perlu melakukan penelitian pasar secara teratur untuk mengidentifikasi tren dan preferensi konsumen sehingga saat konsumen membutuhkan suatu barang atau produk, konsumen beli di Xyz Houseware. Xyz Houseware dapat membuat sistem manajemen persediaan barang atau produk yang dapat digunakan untuk mengontrol stok barang atau produk yang ada di Xyz Houseware sehingga dapat memenuhi kebutuhan konsumen Xyz Houseware.

Manajemen Xyz Houseware dapat meningkatkan loyalitas konsumen dengan membuat program *refer a friend* yaitu konsumen yang merekomendasikan Xyz Houseware kepada orang lain dapat menerima *reward* khusus seperti diskon tambahan atau point loyalty. Selain itu, menciptakan pengalaman belanja yang lebih personal dan eksklusif, seperti menyelenggarakan acara khusus untuk member, menawarkan produk edisi terbatas, atau memperkenalkan layanan belanja yang dipersonalisasi, bisa meningkatkan keinginan konsumen untuk merekomendasikan Xyz Houseware. Kemudian Xyz Houseware dapat mengembangkan konsep "*Experiment Shopping*" dengan menambahkan layanan tambahan seperti ruang demo produk elektronik, *workshop*, atau *event* interaktif yang dapat meningkatkan keterlibatan konsumen Xyz Houseware. Kemudian memberikan layanan tambahan pada member Xyz Houseware seperti bantuan

personal, layanan pengiriman yang cepat dan gratis ongkos kirim atau garansi khusus untuk member dapat meningkatkan persepsi positif dan membuat konsumen merasa lebih percaya diri merekomendasikan Xyz Houseware.

5.3 Keterbatasan Penelitian

Dalam penelitian ini terdapat beberapa keterbatasan yang dilakukan oleh peneliti sehingga dapat menjadi sebuah perbaikan pada penelitian selanjutnya di masa yang akan datang. Keterbatasan yang penulis temukan dalam penelitian ini yaitu:

- 
- a. Penelitian ini hanya membahas *customer loyalty* konsumen Xyz Houseware yang sudah menjadi member di Xyz Houseware.
 - b. Penelitian ini hanya melibatkan beberapa variabel dalam menganalisis *customer loyalty* konsumen Xyz Houseware, yaitu *retail service quality*, *loyalty program* dan *customer satisfaction*.
 - c. Objek penelitian terbatas pada konsumen Xyz Houseware yang sudah punya member Xyz Houseware sehingga tidak mengetahui *customer loyalty* pada konsumen non member Xyz Houseware.
 - d. Objek penelitian hanya terbatas pada konsumen yang sudah menjadi member di Xyz Houseware sehingga, hasil penelitian hanya dapat diimplementasikan dengan baik pada Xyz Houseware.
 - e. Terbatasnya waktu dan tenaga peneliti dalam pembuatan instrumen pengumpulan serta pengolahan data penelitian.

5.4 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh penulis, terdapat beberapa saran yang dapat penulis berikan kepada peneliti selanjutnya, yaitu:

- a. Penelitian dimasa yang akan datang diharapkan dapat memperluas cakupan sampel agar mencakup berbagai jenis toko ritel atau kompetitor dan demografi pelanggan yang berbeda. Hal ini akan membantu menguji generalisasi temuan dan memberikan wawasan yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi *customer loyalty* di berbagai konteks ritel.
- b. Penelitian dimasa yang akan datang diharapkan dapat menggabungkan pendekatan kualitatif untuk mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam mengenai pengalaman dan persepsi pelanggan. Wawancara mendalam atau diskusi kelompok dapat menggali alasan di balik kepuasan dan loyalitas pelanggan, serta mengidentifikasi aspek-aspek spesifik dari program loyalitas dan kualitas layanan yang paling dihargai oleh pelanggan.
- c. Penelitian selanjutnya dapat mengidentifikasi faktor-faktor lain yang mungkin mempengaruhi *customer loyalty* seperti harga, lokasi, dan promosi sehingga dapat memberikan wawasan yang lebih lengkap mengenai dinamika *customer loyalty* dalam industri ritel.
- d. Penelitian dimasa yang akan datang diharapkan dapat menambah variabel lain yang mempengaruhi *customer loyalty* dan juga mungkin mengkaji dengan objek yang berbeda selain ritel.

- e. Penelitian dimasa yang akan datang dapat juga membandingkan efektivitas antara beberapa *retail service quality* dan *loyalty program* retail di Indonesia untuk mendapatkan hasil evaluasi yang lebih representatif terhadap suatu *retail service quality* dan *loyalty program*.
- f. Penelitian dimasa yang akan datang diharapkan dapat menambah jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian, agar penelitian selanjutnya dapat menghasilkan model yang lebih representatif dan juga akurat.

