

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1 Kesimpulan

Penelitian ini dilakukan studi lapangan dengan menyebarkan kuesioner kepada 190 Masyarakat berusia 17 tahun atau lebih di Kota Padang. Penelitian ini bertujuan untuk melihat bagaimana pengaruh *service quality*, *store attribute* dan harga terhadap *customer loyalty*. Untuk menganalisis hubungan antar variabel, penelitian ini menggunakan *software SPSS* versi 24.

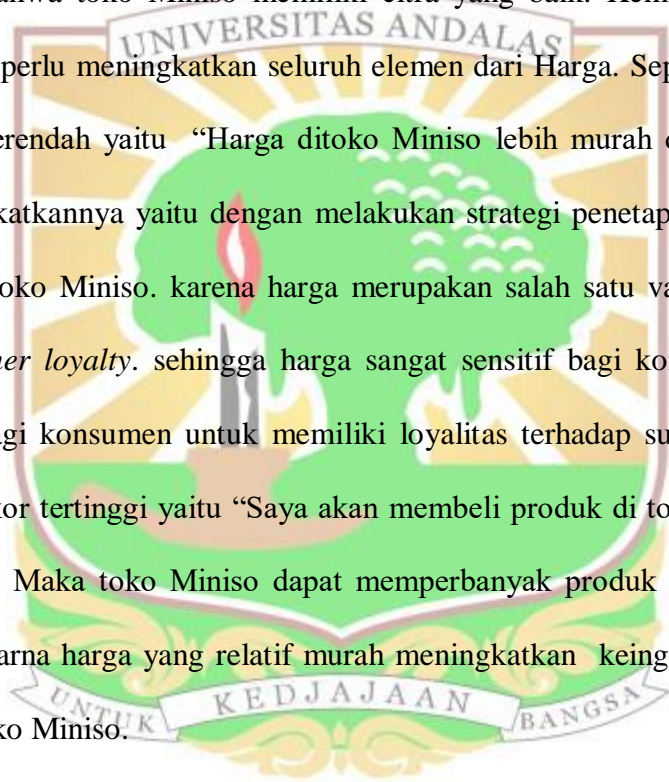
Setelah melakukan analisis menggunakan *spss* versi 24 maka didapatkan kesimpulan penelitian ini diantaranya;

1. Terdapat hubungan positif namun tidak signifikan antara *service quality* terhadap *customer loyalty*. hal ini menunjukkan bahwa masyarakat di Kota Padang tidak begitu memperhatikan *service quality* yang diberikan toko Miniso untuk menjadi *customer* yang loyal.
2. Terdapat hubungan positif dan signifikan antara *store attribute* dengan *customer loyalty*. Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat di Kota Padang akan memiliki *customer loyalty* yang tinggi terhadap toko Miniso jika *store attribute* yang disediakan cukup baik.
3. Terdapat hubungan positif dan signifikan antara harga dengan *customer loyalty*. hal ini menunjukkan bahwa harga yang ditetapkan toko Miniso memiliki peran untuk menjaga *customer loyalty* masyarakat di Kota Padang.

#### 5.2 Implikasi Penelitian

Penelitian ini memberikan implikasi bagi Miniso untuk memperkuat stimulus yang dapat meningkatkan *customer loyalty* yang telah ada. Stimulus yang diberikan dapat berupa

peningkatan *store attribute* dan penetapan harga. Pada variabel *store attribute* Toko Miniso dituntut untuk meningkatkan seluruh elemen dari *store attribute*. Seperti pernyataan yang memperoleh skor terendah yaitu “saya merasa suasana toko Miniso sesuai dengan harapan”. Maka untuk dapat meningkatkannya dengan cara toko Miniso lebih memperhatikan keinginan konsumen agar konsumen memiliki loyalitas terhadap toko Miniso. Sedangkan untuk pernyataan yang memperoleh skor tertinggi yaitu “Saya merasa toko Miniso memiliki citra yang baik”. Maka toko Miniso dapat mempertahankannya karena responden pada toko Miniso meyakini bahwa toko Miniso memiliki citra yang baik. Kemudian untuk variabel harga Toko Miniso perlu meningkatkan seluruh elemen dari Harga. Seperti pernyataan yang memperoleh skor terendah yaitu “Harga ditoko Miniso lebih murah dibanding toko lain”. Cara untuk meningkatkannya yaitu dengan melakukan strategi penetapan harga yang cocok dengan konsumen toko Miniso, karena harga merupakan salah satu variabel penting untuk membangun *customer loyalty*, sehingga harga sangat sensitif bagi konsumen dan menjadi salah satu acuan bagi konsumen untuk memiliki loyalitas terhadap suatu toko. Sedangkan untuk pernyataan skor tertinggi yaitu “Saya akan membeli produk di toko Miniso jika harga ditawarkan murah”. Maka toko Miniso dapat memperbanyak produk yang memiliki harga yang terjangkau, karena harga yang relatif murah meningkatkan keinginan konsumen untuk loyal membeli di toko Miniso.



### **5.3 Keterbatasan penelitian**

Berdasarkan pengalaman peneliti selama melakukan penelitian ini, peneliti menyadari bahwa hasil penelitian ini tidak sempurna serta memiliki banyak keterbatasan yang mempengaruhi hasil yang diharapkan. Oleh karena itu keterbatasan-keterbatasan ini diharapkan lebih diperhatikan lagi untuk penelitian-penelitian selanjutnya. Beberapa keterbatasan dalam penelitian antara lain:

1. Objek penelitian masih terbatas pada satu toko

2. Variabel yang digunakan pada penelitian ini masih terbatas pada 3 variabel saja
3. Responden pada penelitian ini terbatas pada 190 orang

#### 5.4 Saran

Berikut adalah saran bagi akademisi yang akan melakukan penelitian selanjutnya:

1. Diharapkan peneliti selanjutnya meneliti objek yang berbeda
2. Diharapkan bagi peneliti selanjutnya untuk memperluas teori dan variabel yang digunakan
3. Diharapkan peneliti selanjutnya untuk menambah jumlah responden dan memperluas segmentasi responden.

