

BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan mengenai pengaruh store attribute terhadap loyalitas konsumen melalui perceived value sebagai variabel intervening di Bentar Swalayan, maka dapat diambil beberapa simpulan sebagai berikut:

1. Store attribute berpengaruh positif dan signifikan terhadap perceived value, mengidentifikasi bahwa Ha1 diterima. Sehingga semakin tinggi store attribute maka akan semakin tinggi pula perceived value yang dirasakan konsumen di Bentar Swalayan.
2. Store attribute berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen, mengidentifikasi bahwa Ha2 diterima. Sehingga semakin tinggi store attribute maka akan semakin tinggi pula loyalitas konsumen yang dirasakan dan Bentar Swalayan mampu bersaing dengan perusahaan lain dan pelanggan tidak akan pindah ke perusahaan lain.
3. Perceived value berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen, mengidentifikasi bahwa Ha3 diterima. Sehingga semakin tinggi perceived value maka akan tinggi pula tingkat loyalitas konsumen terhadap Bentar Swalayan Mojokerto.
4. Perceived value menjadi variabel intervening dalam hubungan store attribute terhadap loyalitas konsumen, maka ha4 diterima. Sehingga semakin tinggi store attribute maka akan meningkatkan perceived value, jika perceived value tinggi maka akan meningkatkan kesetiaan konsumen untuk memilih tetap berbelanja di Bentar Swalayan Mojokerto.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka saran yang dapat diberikan sebagai pertimbangan adalah sebagai berikut:

1. Bagi pengelola Bentar Swalayan

Berdasarkan simpulan dari penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti, bentar Swalayan Mojokerto disarankan untuk terus meningkatkan store attribute dan perceived value dikarenakan hubungan langsung dan tidak langsung antar variabel sama-sama berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen. Untuk meningkatkan store attribute dengan melakukan perbaikan fasilitas dan layanan, suasana toko yang ditata ulang untuk menciptakan suasana yang lapang, suhu ruangan yang disesuaikan kembali untuk membuat konsumen lebih nyaman. Tetapi, Bentar Swalayan Mojokerto juga harus tetap mempertahankan perceived value dengan cara menawarkan produk harga ekonomis dengan kualitas yang sesuai harapan konsumen.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya yang ingin meneliti atau melanjutkan penelitian ini, disarankan untuk meneruskan atau mengembangkan penelitian ini sebaiknya meneliti pada objek ritel lain sehingga konsep yang dimodelkan bisa dikembangkan serta menambah variabel-variabel lain yang dapat mempengaruhi loyalitas konsumen.