

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis faktor yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa loyalitas konsumen dalam berbelanja di Mayshop Kota Mojokerto dipengaruhi oleh tiga faktor baru, yaitu Pelayanan, Keunggulan, dan Kemudahan. Ketiga faktor tersebut merupakan hasil penyederhanaan dari berbagai indikator bauran pemasaran yang memiliki keterkaitan dalam membentuk loyalitas konsumen.

Faktor yang paling dominan adalah Pelayanan, yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki peran paling besar dalam meningkatkan loyalitas konsumen. Faktor ini mencerminkan pentingnya pelayanan yang ramah, sigap, responsif, serta kemampuan Mayshop dalam memberikan pengalaman berbelanja yang memuaskan kepada konsumen. Selanjutnya, faktor Keunggulan juga menjadi pertimbangan penting karena berkaitan dengan kualitas produk, kesesuaian harga dengan kualitas dan manfaat yang diperoleh, serta berbagai keunggulan yang mampu memenuhi kebutuhan dan harapan konsumen. Sementara itu, faktor Kemudahan memberikan kontribusi terhadap loyalitas konsumen melalui kemudahan dalam proses berbelanja, mulai dari kemudahan memperoleh informasi produk, proses pembelian, hingga kenyamanan yang dirasakan selama berbelanja di Mayshop. Mayshop perlu mempertahankan dan terus meningkatkan kualitas pelayanan, menjaga keunggulan produk dan nilai yang diberikan kepada konsumen, serta memberikan kemudahan dalam setiap proses pelayanan. Upaya tersebut diharapkan dapat meningkatkan kepuasan konsumen sehingga loyalitas konsumen

terhadap Mayshop dapat terus terjaga dan berkembang di tengah persaingan bisnis *fashion* yang semakin kompetitif.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka saran-saran yang dapat diberikan oleh peneliti diharapkan dapat bermanfaat bagi Mayshop Mojokerto maupun bagi peneliti selanjutnya, yaitu sebagai berikut:

1. Pihak manajemen Mayshop Mojokerto sebaiknya tetap konsisten dalam menjaga kualitas produk, memberikan harga yang sesuai dengan kualitas, serta menghadirkan berbagai bentuk promosi yang menarik dan inovatif. Konsistensi tersebut diharapkan mampu meningkatkan kepuasan konsumen sehingga mendorong terjadinya pembelian ulang serta memperkuat loyalitas konsumen terhadap Mayshop.
2. Pihak manajemen Mayshop Mojokerto sebaiknya terus meningkatkan kualitas pelayanan kepada konsumen, baik melalui keramahan dan kesigapan karyawan, kemudahan proses transaksi, maupun kecepatan dalam menangani keluhan pelanggan. Pelayanan yang baik akan memberikan pengalaman berbelanja yang positif sehingga konsumen merasa nyaman dan bersedia merekomendasikan Mayshop kepada orang lain.
3. Pihak manajemen Mayshop Mojokerto sebaiknya secara rutin melakukan evaluasi terhadap seluruh aspek yang berkaitan dengan pengalaman berbelanja konsumen, seperti penataan produk, kebersihan toko, kenyamanan fasilitas, efektivitas promosi, serta kebutuhan dan keinginan konsumen yang terus berubah.