

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian dan hasil analisis data yang telah diperoleh pada Pengaruh Atmosfer Toko dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Konsumen, studi kasus pada Toko Alfamart Banowati Semarang, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Berdasarkan uji t, secara parsial variabel atmosfer toko dapat mempengaruhi loyalitas konsumen. Hal ini dibuktikan nilai  $t_{hitung}$  variabel atmosfer toko sebesar 2.545 oleh karena  $t_{hitung}$  lebih besar dari  $t_{tabel}$  1.984, hal itu berarti atmosfer toko berpengaruh terhadap loyalitas konsumen. Dan secara parsial juga variabel kualitas pelayanan juga dapat mempengaruhi loyalitas konsumen. Hal ini dibuktikan dengan nilai  $t_{hitung}$  variabel kualitas pelayanan sebesar 2.393 oleh karena  $t_{hitung}$  lebih besar dari  $t_{tabel}$  1.984, hal itu berarti kualitas konsumen berpengaruh terhadap loyalitas konsumen.
2. Berdasarkan uji F yang dilakukan pada penelitian ini, bahwa variabel atmosfer toko dan kualitas pelayanan secara Bersama-sama berpengaruh terhadap loyalitas konsumen. Hal ini dibuktikan nilai signifikansi untuk pengaruh X1 dan X2 secara simultan terhadap Y adalah sebesar  $0,000 < 0,05$  dan nilai  $F_{hitung}$   $8,496 > F_{tabel}$  3,09. Sehingga dapat disimpulkan  $H_0$  ditolak. Hal ini berarti Atmosfer Toko (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2) secara bersama-sama atau simultan berpengaruh terhadap loyalitas konsumen (Y).

3. Nilai koefisien determinasi yang dihasilkan adalah sebesar 0,149. Hal ini dapat disimpulkan bahwa variabel Atmosfer Toko dan Kualitas Pelayanan dapat menjelaskan variasi variabel Loyalitas Konsumen sebesar 14,9%.
4. Berdasarkan hasil regresi linier berganda diperoleh persamaan regresi linier berganda yaitu :  $Y = 8,693 + 0,247 X_1 + 0,210 X_2 + e$

Dari persamaan tersebut diperoleh nilai koefisien untuk variabel atmosfer toko sebesar 0,247 dan nilai koefisien untuk variabel kualitas pelayanan 0,210. Variabel atmosfer toko menunjukkan nilai koefisien paling besar yaitu 0,247 yang berarti bahwa variabel atmosfer toko adalah faktor paling penting yang mempengaruhi loyalitas konsumen di Alfamart Banowati. Dan variabel kualitas pelayanan sebagai faktor kedua yang berpengaruh terhadap loyalitas konsumen dengan nilai koefisien 0,210.

## **B. Saran**

### **1. Bagi Perusahaan**

Berdasarkan hasil penelitian, Alfamart Banowati Semarang dapat mempertahankan kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumen, karena konsumen lebih suka dengan pelayanan yang baik dan apabila pelayanan yang diberikan lebih baik lagi maka konsumen akan memberikan loyalitasnya lebih besar lagi jika dilihat dari kunjungan konsumen. Perusahaan juga dapat mempertahankan salam, senyum dan sapa kepada konsumen, karena kesan awal konsumen yang datang lebih banyak menilai dari salam, senyum dan sapa para karyawan.

Toko Alfamart Banowati disarankan untuk menciptakan atmosfer atau suasana toko yang baik dan sesuai selera konsumen dapat berpengaruh terhadap penjualannya. Pajangan-pajangan yang menarik, Aroma dan musik yang nyaman, pencahayaan yang tepat serta tata ruang yang baik dapat merangsang pengunjung untuk melakukan pembelian sehingga dapat meningkatkan volume penjualan serta konsumen yang loyal.

Peningkatan dari segi lokasi, yaitu kenyamanan, keindahan, akses jalan yang baik dan lokasi parkir yang memadai. Dari lokasi yang strategis akan membuat mereka tidak enggan untuk datang berbelanja lagi ke Alfamart Banowati.

## 2. Bagi Peneliti selanjutnya

Peneliti selanjutnya disarankan untuk meneliti variabel yang lain yang bisa mempengaruhi loyalitas konsumen pada Alfamart Banowati, karena pada penelitian ini pada variabel atmosfer toko dan kualitas pelayanan hanya memiliki porsi 13,2% untuk menjelaskan loyalitas konsumen di Alfamart Banowati.

Bagi peneliti lain yang hendak melakukan penelitian sejenis agar dapat mengembangkan penelitian serta menambah kekurangan yang ada pada penelitian ini, sehingga semakin memperbanyak pengetahuan tentang pengaruh atmosfer toko dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen.

## C. Keterbatasan

Dalam penelitian ini, keterbatasan peneliti dalam mengetahui kejujuran responden dalam mengisi jawaban kuesioner yang paling sesuai dengan apa yang

dirasakan responden, sehingga bila saja terjadi jawaban yang tidak sesuai dengan keadaan responden yang sesungguhnya.

