

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1 Simpulan

Simpulan merupakan sebuah temuan pokok yang bersifat substansial maupun teknis serta dikemukakan sebagai sebuah implikasi dari hasil pembahasan. Berdasarkan data yang telah ditemukan dari peneliti yang telah dilakukan menarik beberapa simpulan yang merupakan temuan penting dalam penelitian ini. Berikut simpulan dari penelitian ini:

1.  $H_1$  : *Public relation*, ekspektasi pelanggan dan loyalitas pelanggan toko ritel modern pada *Hypermart* BTC Pangkalpinang sudah tinggi dapat diterima. Dengan hasil penelitian dari uji deskriptif menunjukkan bahwa *public relation* memiliki nilai rata-rata (*mean*) sebesar 3,66 yang berarti sudah tinggi, ekspektasi pelanggan memiliki nilai rata-rata (*mean*) sebesar 3,67 yang berarti sudah tinggi dan loyalitas pelanggan memiliki nilai rata-rata (*mean*) sebesar 3,65 yang berarti sudah tinggi.
2.  $H_2$  : *Public relation* berpengaruh secara parsial terhadap loyalitas pelanggan toko ritel modern pada *Hypermart* BTC Pangkalpinang diterima. Dengan hasil menunjukkan bahwa variabel *public relation* mempunyai nilai  $t_{hitung}$  sebesar  $6,397 > t_{tabel}$  dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 atau  $< 0,05$ .
3.  $H_3$  : Ekspektasi pelanggan berpengaruh secara parsial terhadap loyalitas pelanggan toko ritel modern pada *Hypermart* BTC Pangkalpinang

diterima. Dengan hasil menunjukkan bahwa variabel ekspektasi pelanggan mempunyai nilai  $t_{hitung}$  sebesar  $4,840 > t_{tabel}$  dengan nilai signifikansi sebesar  $0,000$  atau  $< 0,05$ .

4.  $H_4$  : *Public relation* dan ekspektasi pelanggan berpengaruh secara silmutan terhadap *Hypermart* BTC Pangkalpinang diterima. Dengan hasil menunjukkan bahwa variabel *public relation* dan ekspektasi pelanggan berpengaruh secara simultan sebesar  $F_{hitung}$  104.817 terhadap loyalitas pelanggan dengan nilai signifikansi  $0,000$ .

## 5.2. Saran

### 1. Bagi *Hypermart* BTC Pangkalpinang

Perusahaan harus lebih dapat meningkatkan ekspektasi pelanggan yang merupakan harapan yang dimiliki setiap konsumen, jika harapan dipenuhi maka loyalitas pelanggan dapat terpenuhi. Harapan dapat dipenuhi dengan cara memperbaiki infrastruktur yang ada, keragaman produk yang ditingkatkan, serta pelayanan yang lebih baik lagi. Selain itu komunikasi yang baik akan membangun suatu hubungan timbal balik terhadap organisasi dengan konsumen, hal ini dapat dilakukan dengan cara penyebaran katalog, informasi produk atau diskon melalui media secara rutin agar konsumen mengetahui perkembangan harga, produk, diskon, dan lainnya. Serta ada baiknya jika *Hypermart* ikut terlibat dalam kegiatan masyarakat untuk memperkenalkan *brand Hypermart* kepada masyarakat. Dapat menjadi stimulus untuk membuat konsumen datang berbelanja ke *Hypermart* BTC di Pangkalpinang.

## **2. Bagi Pelanggan *Hypermart* BTC Pangkalpinang**

Melakukan pembelian untuk memenuhi kebutuhan merupakan hal yang penting, namun ada baiknya jika kita juga memikirkan keuntungan yang jauh lebih besar, dimana kita dapat memilih tempat perbelanjaan yang terjangkau dan dapat memenuhi kebutuhan. Terlebih lagi di era yang modern seperti sekarang ini dimana toko ritel dengan skala besar bermunculan di sejumlah daerah sehingga masyarakat harus dapat menjadi pembeli yang cerdas, konsumen harus dapat menilai suatu tempat perbelanjaan yang memberikan keuntungan baik dari segi harga, pelayanan, dan keragaman produk yang tersedia di toko untuk memberi penilaian terhadap suatu toko ritel.

## **3. Bagi Penelitian Selanjutnya**

Penelitian yang baik adalah penelitian yang melibatkan berbagai macam variabel independen (bebas) untuk mengukur suatu variabel dependen (terikat). Penggunaan variabel independen yang beragam akan memberikan gambaran yang lebih jelas kepada peneliti bagaimana suatu fenomena terbentuk, ada baiknya jika penelitian hendaknya dapat memperdalam penelitian dari berbagai sudut pandang agar menjadi suatu penelitian yang lengkap dan dapat digunakan oleh semua pihak terkait, hal ini dikarenakan penelitian ini disadari masih menyisakan kekurangan yang dapat dikaji lebih dalam lagi, peneliti selanjutnya diharapkan dapat melakukan penelitian melalui variabel-variabel independen lainnya yang dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan.