

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini dilakukan di *Ramayana Department Store* Pangkalpinang terhadap konsumen yang pernah melakukan pembelian di *Ramayana Department Store* Pangkalpinang. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh Retailing Mix terhadap loyalitas konsumen pada *Ramayana Department Store* Pangkalpinang.

Berdasarkan hasil pengujian data maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Produk dengan nilai rata-rata sebesar 4,15, harga menunjukkan nilai rata-rata sebesar 4,10, lokasi dengan nilai rata-rata sebesar 4,17, promosi dengan nilai rata-rata sebesar 4,14, presentasi dengan nilai rata-rata sebesar 4,27, personil dengan nilai rata-rata sebesar 4,15 dan loyalitas konsumen dengan nilai rata-rata sebesar 4,26 menunjukkan variabel-variabel tersebut masuk dalam kategori tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa H1 yang menyatakan produk, harga, lokasi, promosi, presentasi, personil dan loyalitas konsumen rendah pada *Ramayana Department Store* Pangkalpinang ditolak.
2. Produk mempunyai pengaruh yang positif dimana Thitung untuk X1 sebesar 2.625 lebih besar dari Ttabel 1,99 dan dengan signifikansi sebesar 0,018

lebih kecil dari taraf signifikansi sebesar 0,05. Hal ini berarti bahwa variabel produk mempunyai peranan yang penting dalam meningkatkan loyalitas konsumen pada Ramayana *Department Store* Pangkalpinang, sehingga H2 yang menyatakan diduga produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen diterima.

3. Harga mempunyai pengaruh yang positif dimana Thitung untuk X2 sebesar 2.227 lebih besar dari Ttabel 1,99 dan dengan signifikansi sebesar 0,028 lebih kecil dari taraf signifikansi sebesar 0,05. Hal ini berarti bahwa variabel harga mempunyai peranan yang penting dalam meningkatkan loyalitas konsumen pada Ramayana *Department Store* Pangkalpinang sehingga H3 yang menyatakan diduga harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen diterima.
4. Lokasi mempunyai pengaruh yang positif dimana Thitung untuk X3 sebesar 3.540 lebih besar dari Ttabel 1,99 dan dengan signifikansi sebesar 0,041 lebih kecil dari taraf signifikansi sebesar 0,05. Hal ini berarti bahwa variabel lokasi mempunyai peranan yang penting dalam meningkatkan loyalitas konsumen pada Ramayana *Department Store* Pangkalpinang sehingga H4 yang menyatakan diduga lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen diterima.
5. Promosi mempunyai pengaruh yang positif dimana Thitung untuk X4 sebesar 2.731 lebih besar dari Ttabel 1,99 dan dengan signifikansi sebesar 0,047 lebih kecil dari taraf signifikansi sebesar 0,05. Hal ini berarti bahwa variabel promosi mempunyai peranan yang penting dalam meningkatkan

loyalitas konsumen pada Ramayana *Department Store* Pangkalpinang, sehingga H5 yang menyatakan diduga promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen diterima.

6. Presentasi mempunyai pengaruh yang positif dimana Thitung untuk X5 sebesar 6.669 lebih besar dari Ttabel 1,99 dan dengan signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari taraf signifikansi sebesar 0,05. Hal ini berarti bahwa variabel presentasi mempunyai peranan yang penting dalam meningkatkan loyalitas konsumen pada Ramayana *Department Store* Pangkalpinang, sehingga H6 yang menyatakan diduga presentasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen diterima.
7. Personil mempunyai pengaruh yang positif dimana Thitung untuk X6 sebesar 4.680 lebih besar dari Ttabel 1,99 dan dengan signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari taraf signifikansi sebesar 0,05. Hal ini berarti bahwa variabel personil mempunyai peranan yang penting dalam meningkatkan loyalitas konsumen pada Ramayana *Department Store* Pangkalpinang, sehingga H7 yang menyatakan diduga personil berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen diterima.
8. Pengujian secara bersama-sama menunjukkan Fhitung sebesar 29,266 dan Ftabel dengan $df_1 = k-1$ dan $df_2 = n - k$, dimana n adalah banyaknya sampel dan k adalah jumlah variabel independen dan dependen. Jadi nilai Ftabel adalah 2,20 dan taraf signifikansi adalah 0,05. Berarti Fhitung > Ftabel dan nilai $p = 0,000 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa produk, harga, lokasi, promosi, presentasi dan personil berpengaruh secara positif dan signifikan

terhadap loyalitas konsumen pada *Ramayana Department Store* Pangkalpinang, sehingga H8 yang menyatakan diduga produk, harga, lokasi, promosi, presentasi dan personil berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen diterima.

5.2 Saran

Berdasarkan simpulan yang diperoleh dari penelitian ini, penulis merasa perlu menuliskan beberapa saran berkenaan dengan penelitian yaitu sebagai berikut:

1. *Ramayana Department Store* Pangkalpinang seharusnya memperhatikan peranan produk, karena produk tersebut berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen. Sudah seharusnya *Ramayana Department Store* Pangkalpinang memiliki produk yang berkualitas, fitur yang lengkap dan desain yang menarik, sehingga dapat mempertahankan loyalitas konsumen.
2. *Ramayana Department Store* Pangkalpinang juga harus memperhatikan peranan harga, karena harga tersebut berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen. Sudah seharusnya *Ramayana Department Store* Pangkalpinang memiliki daftar harga yang lengkap dan diskon yang dapat mempertahankan loyalitas konsumen.
3. Lokasi juga harus diperhatikan oleh *Ramayana Department Store* Pangkalpinang karena lokasi tersebut berpengaruh positif dan signifikan

terhadap loyalitas konsumen. Sudah seharusnya Ramayana *Department Store* Pangkalpinang memiliki fasilitas parkir yang luas, bersih dan aman sehingga dapat mempertahankan loyalitas konsumen.

4. Ramayana *Department Store* Pangkalpinang juga perlu memperhatikan peranan promosi, karena promosi tersebut berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen. Sudah seharusnya Ramayana *Department Store* Pangkalpinang memiliki iklan yang menarik dan menambah frekuensi promosi sehingga dapat memudahkan konsumen baru untuk mengetahui komposisi dari Ramayana *Department Store* Pangkalpinang.
5. Ramayana *Department Store* Pangkalpinang seharusnya juga memperhatikan peranan presentasi, karena presentasi tersebut berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen. Sudah seharusnya Ramayana *Department Store* Pangkalpinang memiliki *interior* dan *eksterior* yang menarik perhatian konsumen sehingga dapat mempertahankan loyalitas konsumen.
6. Ramayana *Department Store* Pangkalpinang juga harus memperhatikan peranan personal, karena personal tersebut berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen. Sudah seharusnya Ramayana *Department Store* Pangkalpinang memiliki tenaga kepegawaian yang memiliki kemampuan (*skill*) yang berkualitas dan sikap yang ramah terhadap konsumen sehingga dapat mempertahankan loyalitas konsumen.
7. Diharapkan penelitian selanjutnya dapat menggunakan model penelitian yang sama namun pada objek yang berbeda, misalnya pada perusahaan lain

atau industry yang lain. Selain itu sebaiknya penelitian berikutnya menggunakan jumlah responden yang lebih banyak agar bisa didapatkan hasil perhitungan yang lebih efisien dan akurat, dan penelitian selanjutnya dapat menggunakan variabel lain untuk diteliti selain variabel produk, harga, lokasi, promosi, presentasi dan personil.

8. Diharapkan konsumen dapat mengambil hal-hal yang positif didalam penelitian ini, sehingga hal tersebut dapat dijadikan sebagai pembelajaran yang baik bagi konsumen dalam berbelanja.

