

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil data yang diolah, dapat disimpulkan dari penelitian ini bahwa:

1. Layanan Operasional berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen Alfamidi, hal ini dikarenakan Alfamidi telah mengoptimalkan layanan operasional yang berkaitan dengan kebutuhan pelanggan ketika berbelanja di Alfamidi, sehingga layanan operasional Alfamidi yang dirancang dengan baik telah membuat pelanggan merasa puas untuk berbelanja di Alfamidi.
2. Kualitas Layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen Alfamidi, semakin baik kualitas layanan Alfamidi yang dirasakan oleh pelanggan, semakin besar pula kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan dan hal ini akan memicu pelanggan untuk kembali berbelanja di Alfamidi.
3. Kepuasan Konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan Alfamidi, hal ini dapat diartikan bahwa seiring dengan meningkatnya kepuasan konsumen terhadap Alfamidi, maka semakin meningkat pula kecenderungan pelanggan untuk menjadi loyal terhadap Alfamidi.

5.2. Keterbatasan Penelitian

Dalam penelitian ini terdapat beberapa keterbatasan sebagai berikut :

1. Beberapa responden yang mengisi kuesioner tidak sesuai dengan kriteria yang telah diberikan.
2. Responden yang mengisi mayoritas adalah golongan muda. Hal tersebut tidak bisa di generalisir kan dengan satu generasi saja dikarenakan bisa jadi tidak merepresentasikan keseluruhan responden yang loyal dengan Alfamidi.
3. R square pada variabel KK memiliki nilai sebesar 0,39 sehingga dapat dikatakan bahwa variabel KK dipengaruhi oleh LO dan KL sebesar 39%, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain diluar penelitian. Pada variabel LP, r squared yang tertera sebesar 0,09 yang menunjukkan bahwa variabel LP dipengaruhi KK sebesar 9%, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain. Maka dapat disimpulkan bahwa Kepuasan konsumen berkontribusi lebih besar dibanding Keterlibatan Konsumen dan masuk kedalam kategori moderate .

5.3. Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan maka saran yang dapat diberikan bagi pihak terkait sebagai berikut :

1. Bagi Masyarakat

Masyarakat dapat meningkatkan pemahaman mengenai bagaimana hubungan antara layanan operasional, kualitas layanan, dan kepuasan konsumen terhadap loyalitas pelanggan.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Untuk peneliti selanjutnya dapat memperluas pengetahuan dan memasukan variabel lain selain variabel layanan oprasional, kualitas layanan, kepuasan konsumen dan loyalitas pelanggan dan juga dapat memperluas jenis responden yang sesuai dengan yang dibutuhkan, agar bisa mendapatkan nilai R square yang lebih baik dari penelitian sebelumnya. Selain itu juga peneliti selanjutnya dapat melakukan penelitian tidak hanya pada ritel modern Alfamidi tetapi pada ritel modern lainnya untuk mencapai hasil yang terbaik yang dapat ditawarkan lebih banyak manfaatnya.

3. Bagi Perusahaan

Berdasarkan hasil penelitian perusahaan diharapkan mampu meningkatkan kembali kualitas layanan dan layanan oprasional yang sudah dijalankan oleh perusahaan. Peningkatan layanan oprasional yang diberikan dan kualitas pelayanan yang menunjang akan menumbuhkan kepuasan dari setiap pelanggan yang berbelanja di Alfamidi dan hal tersebut akan selaras dengan tumbuhnya rasa loyal pelanggan terhadap Alfamidi. Hal tersebut bisa dibuktikan dengan adanya hasil analisis deskriptif yang menunjukkan nilai rata-rata yang dimiliki variabel loyalitas pelanggan menunjukkan nilai paling kecil. Hal tersebut bisa menjadi pertimbangan untuk di kembangkan agar pelanggan lebih memilih untuk berbelanja dan tetap setia dengan Alfamidi dibanding dengan ritel modern lainnya.

DAFTAR RUJUKAN

- Abdillah, Willy dan Jogiyanto. 2015. Partial Least Square (PLS) Alternatif Structural Equation Modeling (SEM) dalam Penelitian Bisnis. Ed.1. Yogyakarta: ANDI
- Abror, A., Patrisia, D., Engriani, Y., Evanita, S., Yasri, Y., & Dastgir, S. (2020). Service quality, religiosity, customer satisfaction, customer engagement and Islamic bank's customer loyalty. *Journal of Islamic Marketing*, 11(6), 1691–1705. <https://doi.org/10.1108/JIMA-03-2019-0044>
- Ahmad Badawi Saluy & Susilo Raharjo (2021). Effect of Leadership, Work Motivation, and Compensation for Job Satisfaction at Work (Case Study at PT. Agung Solusi Trans). *Saudi J Bus Manag Stud*, 6(8): 317-326
- Amajida, N., Kharnolis, M., Purwidiani, N., & Miranti, M. G. (2020). *KONSUMEN DI KEBAB BABA RAFI SURABAYA*. 11(2), 140–146.
- Anggraini Manajmen F, Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Surabaya S, Budiarti A. Pengaruh Harga, Promosi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi Kepuasan Pelanggan Pada Konsumen Gojek. *J Pendidik Ekon*. 2020;8(3):86-94. doi:10.26740/JUPE.V8N3.P86-94
- Antariksa, K. T., & Respati, N. N. R. (2021). the Effect of Hedonic Motivation, in Store Display, and Price Discount on Impulse Buying Decisions. *International Journal of Business Management and Economic Review*, 04(04), 166–177. <https://doi.org/10.35409/ijbmer.2021.3291>
- Asbar, Y., & Saptari, M. A. (2017). Analisa Dalam Mengukur Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Menggunakan Metode PIECES. *Jurnal Visioner & Strategis*, 6(2), 39–47.
- Diana. (2022). *Indonesia Pertumbuhan Penjualan Ritel*. CeicData.Com. <https://www.ceicdata.com/id/indicator/indonesia/retail-sales-growth>
- El-Adly, M. I. (2019). Modelling the relationship between hotel perceived value, customer satisfaction, and customer loyalty. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 50(xxxx), 322–332. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2018.07.007>
- Fajriani, N. (2019). *Sejarah Alfamidi, dan Beberapa Outletnya di Kota Makassar*. Tribunmakassar.Com. <https://makassar.tribunnews.com/2019/01/26/tribunwiki-sejarah-alfamidi-dan-beberapa-outletnya-di-kota-makassar?page=2>
- Fornell, C., Johnson, M.D., Anderson, E.W., Cha, J. and Bryant, B.E. (1996), “The

Americancustomer satisfaction index nature, purpose, and findings”, *Journal of Marketing*, Vol. 60 No. 4, pp. 7-18.

Green SB. How Many Subjects Does It Take To Do A Regression Analysis? *Multivariate Behav Res.* 1991;26(3):499-510. doi:10.1207/S15327906MBR2603_7

Indrianto, N., & Supomo, B. (2016). *Metodelogi Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi & Manajemen*.

Kamran-Disfani, O., Mantrala, M.K., Izquierdo-Yusta, A. and Martínez-Ruiz, M.P. (2017), “The impact of retail store format on the satisfaction-loyalty link: an empirical investigation”, *Journal of Business Research*, Vol. 77, pp. 14-22

Kuncoro, Mudrajad. 2003. *Metode Riset untuk Bisnis & Ekonomi*. Jakarta: Erlangga.

Miranda, S., Tavares, P. and Queir_o, R. (2017), “Perceived kualitas layanan and customer satisfaction: afuzzy set QCA approach in the railway sector”, *Journal of Business Research*. Vol. 89, pp.371-377.

Murali, S., Pugazhendhi, S. and Muralidharan, C. (2016), “Modelling and investigating the relationship of after sales kualitas layanan with customer satisfaction, retention and loyalty – a case study of home appliances business”, *Journal of Retailing and Consumer Services*, Vol. 30, pp. 67-83.

Nassaji, Hossein. 2015. “Qualitative and Descriptive Research: Data Type versus Data Analysis.” *Language Teaching Research* 19(2): 129–32.

Notoadmojo, Soekidjo. 2018. *Metodologi Penelitian Kesehatan*. Jakarta : Rineka Cipta.

Ramadhanty, D. aulia. (2021). *Daftar Ritel dengan Jumlah Gerai Terbanyak di Indonesia, Indomaret Mendominasi*. Goodnewsfromindonesia.Id. <https://www.goodnewsfromindonesia.id/2021/11/29/daftar-ritel-dengan-jumlah-gerai-terbanyak-di-indonesia-indomaret-mendominasi>

Ramanathan, U., Subramanian, N., & Parrott, G. (2017). Role of social media in retail network operations and marketing to enhance customer satisfaction. *International Journal of Operations and Production Management*, 37(1), 105–123. <https://doi.org/10.1108/IJOPM-03-2015-0153>

Rasyid, H. Al. (2017). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Pemanfaatan Teknologi Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Go-Jek. *Jurnal Ecodemica: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Bisnis*, 1(2), 210–223. <https://doi.org/10.31311/jeco.v1i2.2026>

Sekaran, Uma dan Bougie, Roger. 2016. *Research Methods For Business: A Skill*

Building Approach, 7th Edition. New Jersey: Wiley

Sugiyono. 2016. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: CV.Alfabet.

Sugiyono (2019). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung : Alfabet.

Widjaja YR, Nugraha I. LOYALITAS MEREK SEBAGAI DAMPAK DARI KEPUASAN KONSUMEN. Ikon J Ekon dan Bisnis Islam. 2016;1(1):1-13. doi:10.24042/FEBL.V1I1.138

