**BAB V**

**PENUTUP**

**5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diuraikan sebelumnya, maka dapat dikemukakan beberapa kesimpulan penelitian sebagai berikut :

1. Lokasiberpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada Melati Swalayan Bangko.
2. Produk berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada Melati Swalayan Bangko.
3. Harga berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada Melati Swalayan Bangko.
4. Promosi berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada Melati Swalayan Bangko.
5. Atmosfer dalam gerai berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada Melati Swalayan Bangko
6. *Service Retail* berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada Melati Swalayan Bangko

**5.2 Keterbatasan Penelitian**

Beberapa keterbatasan dalam penelitian ini dapat dikemukakan sebagai berikut:

1. Penelitian ini belum menggunakan seluruh konsumen Melati Swalayan Bangko sebagai responden, tetapi masih menggunakan sampel dengan teknik penarikan sampel adalah *purposive sampling*. Di mana metode purposive sampling belum mewakili seluruh konsumen karena ada kriteria yang membatasi konsumen untuk menjadi sampel.
2. Responden penelitian ini adalah pelanggan Melati Swalayan Bangko, sehingga hasil penelitian ini belum dapat berlaku kepada pelanggan diluar daerah Bangko.
3. Penelitian ini membatasi penelitian pada pengaruh *marketing mix retail* terhadap loyalitas pelanggan pada Melati Swalayan Bangko. Dengan demikian variabel-variabel lain yang mungkin dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan tidak termasuk kedalam ruang lingkuppenelitian ini atau penulis dianggap konstan.

**5.3 Implikasi**

1. Disarankan kepada pihak Melati Swalayan Bangko agar terus berupaya meningkatkan *marketing retail*. Hal ini disebabkan variabel *marketing retail* tersebut memainkan peranan penting yang menentukan loyalitas pelanggan. Artinya dengan adanya *marketing retail* yang baik di mata pelanggan tentunya akan menciptakan loyalitas pelanggan yang tinggi terhadap Melati Swalayan Bangko.
2. Peningkatan lokasi Melati Swalayan Bangko adalah dengan cara memilih lokasi yang dapat dilihat dengan jelas dari jarak padang normal konsumen
3. Peningkatan produk Melati Swalayan Bangko adalah dengan cara menyesuaikan produk yang dijual oleh Melati Swalayan Bangko dengan swalayan lainya dan menambahkan variasi produk supaya lebih lengkap sesuai dengan keinginan dan kebutuhan konsumen.
4. Penetapan harga Melati Swalayan Bangko adalah dengan menetapkan harga yang bersaing dengan swalayan lain di Bangko.
5. Peningkatan promosi Melati Swalayan Bangko adalah dengan cara menciptakan promosi penjualan yang menarik dan memberikan diskon kepada konsumen.
6. Peningkatan *astmosfer* dalam gerai Melati Swalayan Bangko adalah dengan cara menciptakan tata ruangan swalayan yang menarik, nyaman dan ruangan yang menyenangkan serta aroma yang segar dan fresh.
7. Peningkatan *service retail* Melati Swalayan Bangko adalah dengan cara memperkerjakan karyawan yang mampu menangani keluhan konsumen dengan baik.
   1. **Saran**
8. Peneliti yang akan datang disarankan agar menambahkan populasi atau pelanggan Melati Swalayan Bangko sebagai responden penelitian agar mendapatkan hasil yang lebih baik.
9. Peneliti yang akan datang dapat mereplikasi model penelitian ini dan selanjutnya diujikan pada konsumen swalayan merek lain.
10. Penelitian berikutnya juga dapat mengembangkan model penelitian ini dengan mempertimbangkan atau menambahkan variabel lain yang mempengaruhi loyalitas pelanggan.