

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diuraikan sebelumnya, maka dapat dikemukakan beberapa kesimpulan terhadap Rumah Diskusi Alco di kota Padang sebagai berikut:

1. Kualitas produk berpengaruh positif terhadap Loyalitas pelanggan pada Rumah Diskusi Alco di kota Padang.
2. *Store Atmosphere* berpengaruh positif terhadap Loyalitas pelanggan Pada Rumah Diskusi Alco di kota Padang.

Keterbatasan Penelitian

Peneliti menyadari bahwa penelitian yang telah berhasil diselesaikan saat ini masih memiliki sejumlah kekurangan dan kelemahan yang terjadi akibat adanya keterbatasan yang peneliti miliki. Secara umum keterbatasan yang peneliti rasakan adalah :

1. Jumlah sampel yang digunakan masih sedikit sehingga secara empiris belum menggambarkan populasi yang sesungguhnya.
2. Waktu yang digunakan dalam penelitian ini sangat minim sehingga tingkat keakuratan dari hasil penelitian belum bisa mewakili data sebenarnya.
3. Penelitian ini hanya menganalisis pengaruh kualitas produk dan *store atmosphere* terhadap loyalitas pelanggan Rumah Diskusi Alco di Kota Padang. Masih banyak

faktor lain yang dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan yang tidak digunakan dalam penelitian ini.

5.2 Saran

Saran yang dapat diberikan berdasarkan hasil penelitian adalah sebagaiberikut:

1. Penelitian ini hanya menganalisis aspek kualitas produk dan *store atmosphere*. Kualitas produk yang ada di Rumah diskusi alco sudah baik, adapun kekurangan dari kualitas produk yang diberikan, Rumah diskusi alco perlu ditingkatkan dengan membuat standarisasi mengenai kesesuaian kestabilan rasa. Dilihat dari *store atmosphere* sudah baik, adapun kekurang di *store atmosphere* yang diberikan, Rumah diskusi alco lebih ditingkatkan antara lain penggunaan teknologi dalam transaksi pembayaran. Dan Rumah diskusi alco lebih gencar melakukan promosi untuk memperluas informasi agar menarik atau menambah pelanggan di rumah diskusi alco
2. Rumah diskusi alco diharapkan dapat terus memenuhi permintaan konsumen agar konsumen menjadi loyal agar tidak beralih ke coffee shop lain. Diharapkan meningkatkan inovasi baru mengenai *store atmosphere* dalam coffee shop agar tetap memiliki daya tarik bagi pelanggan.

Daftar Pustaka

- Alfin, M. R., & Nurdin, S. (2017). Pengaruh Store Atmosphere Pada Kepuasan Pelanggan Yang Berimplikasi Pada Loyalitas Pelanggan. *Ecodemica*, 1(2), 252–261.
- Anggraini, N., Silitonga, P. (2019). Pengaruh Publisitas, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Cyclo Coffee & Apparel. *Jurnal EDUTURISMA*, 3(2).
- Chaniago, H., & Khare. (2021). *Analisis Kualitas Pelayanan , Kualitas Produk , dan Harga pada Loyalitas Konsumen Nano Store Analysis of Service Quality , Products Quality , and The Price on Nano Store Consumers ' Loy ... Available at <https://ijabo.a3i.or.id> Analisis Kualitas Pelayanan. February.*
- Dewi, L. K., & Budiarti, A. (n.d.). *PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP LOYALITAS QUEENSTREETSTORE Anindhyta Budiarti Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya arus modernisasi yang ada di Surabaya bahkan dipenjuru dunia . Fashion meliputi beberapa secara cepat menu.*
- Elaman, D. O., & Agustin, S. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Kedai Sipulung di Surabaya. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen (JIRM)*, 8(5), 1–18.
- Ghozali, I. (2013). *Partial Least Square*. Universitas Diponegoro.
- Gunawan, C. B., & Syahputra, S. (2020). Analisis perbandingan pengaruh store atmosphere terhadap loyalitas pelanggan coffee shop di Bandung. *Jurnal Manajemen Maranatha*, 20(1), 51–62. <https://doi.org/10.28932/jmm.v20i1.2935>
- Intan, D. R., Gurning, R. N. S., & Gurning, L. N. G. (2021). Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Konsumen. *Jurnal Pertanian Agros*, 23(1), 84–89.
- L.Gunawwan dan S. Kempa. (2016). Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening Di Toko Bintang Terang. *Agora*, 4(1), 424–434.
- Listiono, F. I. S., & Sugiarto, D. S. (2015). Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Loyalitas Variabel Intervening Di Libreria Eatery Surabaya. *Jurnal Manajemen*

Pemasaran Petra, 1(1), 1–9.

- Marie. (2020). Analisis Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Kopi Kenangan The Breeze, Bumi Serpong Damai. *Jurnal Ilmiah Pariwisata*, 25(2), 99–106.
- Sudjana, J., Magnin, L., García-Patrón, R., & Cerf, N. J. (2007). Tight bounds on the eavesdropping of a continuous-variable quantum cryptographic protocol with no basis switching. *Physical Review A - Atomic, Molecular, and Optical Physics*, 76(5). <https://doi.org/10.1103/PhysRevA.76.052301>
- Sugiyono. (2012). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D. In *Bandung: Alfabeta*. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Kotler, Philip dan Kevin L. Keller. 2009. Manajemen Pemasaran. Edisi ketigabelas Jilid 1. Dialihbahasakan oleh: Bob Sabran. Jakarta: Eirlangga.
- Tjiptono, Fandy. 2008. Strategi Pemasaran. Yogyakarta: Andi OFFSET.
- Griffin , Jil. (2005). Customer Loyalty, Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan Penerbit : Erlangga, Jakarta.
- Sangadji, E. M., & Sopiah. (2013). Perilaku konsumen: Pendekatan praktis disertai himpunan jurnal penelitian. Yogyakarta: Andi.
- Hasan, A. (2013). Marketing Dan Kasus- Kasus Pilihan. Yogyakarta: CAPS.
- Griffin, Jill. 2009. Customer Loyalty How To Earn It, How To Keep It. Kentucky:McGraw-Hill.
- Sun, M. (2011), Disclosing multiple product attributes. *Journal of Economics and Management Strategy*, 20(1), 195-224.
- Hutchin, Gregory B. (2002). Pemasaran. Jakarta. Erlangga.
- Assauri, Sofjan. 2001. Manajemen produksi dan operasi. Edisi Revisi Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia, Jakarta.
- Tjiptono Fandy. 2014. Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan, Penelitian. Penerbit: Andi, Yogyakarta

- Levy, Michael., & Barton A Weitz . 2001. Retailing Management 4th ed. Person edition. USA: Richard D Darwin, Inc.
- Foster, Bob. 2008. Manajemen Ritel. Bandung : Alfabeta
- Ma'ruf, A., & Wihastuti, L. (2008). PERTUMBUHAN EKONOMI INDONESIA: Determinan dan Prospeknya. Jurnal Ekonomi & Studi Pembangunan.
- Kocamaz, T. & Yalcin, M. (2003). The effects of store atmosphere attributes on store loyalty intentions of hypermarket/supermarket customers. The International Journal of Organizational Innovation. 1: 273-292
- Sujana, A. (2012). Manajemen minimarket. Jakarta: Raih Asa Sukses (Penebar Swadaya Grup).
- Lamb dalam Bob Sabran, 2012, Manajemen Pemasaran, penerbit erlangga
- Berman, Barry., & Evans. Joel. R., (1986). A strategic approach management, (Third Edition). New York: Macmillan Publishing Company.
- Sugiyono.(2012). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. In *Bandung Alfabeta*
- Leni Kurnia Dewi (2019) Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi Kepuasan Pelanggan Pada Queenstreetstore