

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Berdasarkan dari hasil analisis dan skor masing-masing subjek, menunjukkan bahwa loyalitas konsumen pada Ramayana *Department Store* Yogyakarta terbagi menjadi tiga kategori, yaitu dari 65 subjek yang termasuk kategorisasi tinggi sebesar 43,07% (28 subjek), sedangkan kategorisasi sedang sebesar 57,69% (31 subjek) dan kategorisasi rendah sebesar 9,24% (6 subjek).
2. Berdasarkan dari hasil analisis dan skor masing-masing subjek, menunjukkan bahwa kepuasan konsumen pada Ramayana *Department Store* Yogyakarta terbagi menjadi tiga kategori, yaitu dari 61 subjek yang termasuk kategorisasi tinggi sebesar 35.38% (23 subjek), sedangkan kategorisasi sedang sebesar 61.53% (40 subjek) dan kategorisasi rendah sebesar 3,07% (2 subjek).
3. Berdasarkan hasil analisis korelasi bahwa ada hubungan yang signifikan antara kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen pada Ramayana *Department Store* Yogyakarta dengan koefisien korelasi sebesar (r_{xy}) 0.607 $p= 0.000$, artinya semakin tinggi kepuasan konsumen maka semakin tinggi juga loyalitas konsumen pada *Department Store* Yogyakarta dan sebaliknya semakin rendah

kepuasan konsumen maka semakin rendah pula loyalitas konsumen pada *Department Store* Yogyakarta.

4. Berdasarkan analisis data diketahui koefisien determinan, koefisien determinasi (R^2) sebesar 0.368 menunjukkan bahwa variabel kepuasan konsumen pada *Department Store* Yogyakarta menunjukkan kontribusi 36,8% terhadap loyalitas konsumen dan sisanya 63.2% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain.

B. Saran

Berdasarkan analisis yang telah penulis lakukan, penulis mencoba untuk memberikan saran yang sekiranya dapat dijadikan bahan untuk pertimbangan bagi Ramayana *Department Store* atau perusahaan dalam menentukan kebijaksanaannya di masa yang akan datang. Saran tersebut adalah sebagai berikut:

1. Bagi Pengusaha, diharapkan dapat lebih meningkatkan kualitas produk dan pelayanan yang diberikan maupun program-program belanja di ritel modern yang dapat menunjang kepuasan konsumen sehingga akan memperoleh loyalitas konsumen yang lebih optimal.
2. Bagi peneliti selanjutnya, mengingat keterbatasan penelitian ini dapat lebih dikembangkan variabel-variabel lain diluar variabel yang telah digunakan dalam penelitian ini, sehingga dapat dilihat sumbangan masing-masing variabel tersebut terhadap loyalitas konsumen pada ritel modern.
3. Bagi konsumen, hendaknya dapat lebih selektif sebelum melakukan pembelian agar dapat tercapainya kepuasan dan menciptakan loyalitas.

Sebaiknya pada penelitian selanjutnya menggunakan data dengan periode yang lebih panjang dan lebih sesuai dengan kondisi pada tahun saat ini, sehingga data yang digunakan lebih aktual. Dalam proses penelitian ini, peneliti menghadapi hambatan yaitu keterbatasan subjek penelitian. Jumlah subjek penelitian yang di tentukan kurang mewakili kondisi riil yang sesungguhnya.