

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **A. Kesimpulan**

Dari hasil penelitian dan pembahasan pada bab sebelumnya, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Secara individual ada Pengaruh Citra Perusahaan dengan indikator produk, harga, promosi dan lokasi terhadap loyalitas konsumen Alfamidi Yogyakarta.
2. Secara bersama-sama ada Pengaruh Citra Perusahaan dengan indikator produk, harga, promosi dan lokasi terhadap loyalitas konsumen Alfamidi Yogyakarta.

#### **B. Saran**

Adapun saran-saran yang penulis sehubungan dengan hasil penelitian ini yaitu sebagai berikut;

1. Peneliti menyarankan agar menggunakan hasil penelitian ini untuk mengevaluasi citra perusahaan terhadap loyalitas konsumen Alfamidi Yogyakarta.
2. Perusahaan untuk lebih meningkatkan lagi dan memonitoring keempat variabel penelitian tersebut.
3. Untuk selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan penelitian ini dengan menilai variabel penelitian lainnya yang dapat digunakan untuk menilai peningkatan loyalitas konsumen.

## DAFTAR PUSTAKA

- Angipora, Marius P. 1999. Dasar-Dasar Pemasaran. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Arikunto, S. 2006. Metode Penelitian Kualitatif. Jakarta: Bumi Aksara
- Basu, Swastha, 2000. Manajemen Pemasaran Modern. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Berman, Barry dan Evans, Joel R. 2004. Retail Management A Strategic Apporoach. Ninth Editon. New Jersey: Pearson Education International
- Buchari, Alma. 2009. Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Bandung: Alfabeta
- Bitner, M. J. dan Zeithaml, V. A., 2003, Service Marketing (3rd ed.), Tata McGraw Hill, New Delhi.
- Djarwanto PS, dan Subagyo, Pangestu. 2005. Statistik Induktif. Edisi Kelima. Yogyakarta : BPFE.
- Fandy, Tjiptono, 2011, Pemasaran Jasa, Bayumedia, Malang.
- Fandy, Tjiptono. 2007. Strategi Pemasaran. Yogyakarta : Andi Offset
- Foster, Bob. 2008. Manajemen Ritel. Bandung: ALFABETA
- Ghozali, Imam. 2011. “Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS”. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Griffin, Jill, 2005. Customer Loyalty: Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan, Erlangga, Jakarta.
- Hamdani, Farid. 2009. Pengaruh Bauran Ritel Terhadap Citra Toko (Studi pada persepsi konsumen Matahari Departmen Store Tunjungan Plaza Surabaya). Skripsi tidak diterbitkan. Surabaya. FE Unesa.
- Hurriyati, Ratih, 2005. Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen, Alfabeta, Bandung.
- Kotler, Philip, 2007, Manajemen Pemasaran, Jilid I dan Jilid II, Edisi Keduabelas. PT. Indeks Kelompok Gramedia, Jakarta.
- Kotler, Philip. 2008. Manajemen Pemasaran Edisi 12 Jilid 2. Jakarta: Indeks

- Kotler, Philip Dan Kevin Lane Keller. 2009. Manajemen Pemasaran. Edisi 13 Jilid satu. Erlangga : Jakarta
- Kotler dan Gary Amstrong, 2009. Prinsip-Prinsip Pemasaran, Edisi 12, Erlangga, Jakarta.
- Ogi Sulistian. 2011. Pengaruh Brand Image Terhadap Loyalitas Pelanggan Rokok Gudang Garam Filter. Kuningan: Fakultas Ekonomi Universitas Kuningan
- Lupiyoadi dan Hamdani, 2006. Manajemen Pemasaran jasa Edisi kedua. Penerbit Salemba Empat: Jakarta.
- M. Indra Mayasari 2010, melakukan penelitian tentang Pengaruh Citra Toko terhadap Loyalitas Konsumen (studi kasus Alfamart Boyolali),UNS :Skripsi
- Ria Fatmawati 2014, melakukan penelitian Pengaruh Citra Toko terhadap Loyalitas Konsumen (studi kasus Alfamart Cikutra,Universitas Widayatama:Skripsi