

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan pemaparan hasil penelitian dan pembahasan di atas maka dapat ditarik beberapa kesimpulan yakni sebagai berikut:

1. Kualitas pelayanan signifikan terhadap Keputusan pembelian produk di Indomaret seluruh di indonesia
2. Loyalitas pelanggan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan pembelian pada Indomaret seluruh di indonesia

5.2 Implikasi Teoritis

Berikut ini dijelaskan implikasi teoritis berdasarkan kerangka dasar penelitian dalam penelitian ini. Penelitian terdahulu tentang menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan indomaret seluruh di indonesia.

Rudy Hartono(2018) Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan, dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan, serta kualitas pelayanan berpengaruh tidak langsung terhadap loyalitas pelanggan dengan variabel intervening kepuasan pelanggan.

Utilasari(2017) Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat dilihat bahwa secara kuantitatif, kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan

Menurut Kotler dan Keller (2016) kualitas pelayanan adalah hasil penelitian saya mendukung teori dari Kotler dan Keller (2016).

5.3 Implikasi Terapan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dibahas pada bagian-bagian sebelumnya, maka dapat disimpulkan dalam penelitian ini adalah:

1. Bagi toko indomaret seluruh di indonesia.

Berdasarkan hasil analisis data yang telah dilakukan oleh penulis menyatakan bahwa Kualitas pelayanan dan harga berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan di indomaret kota kupang Kupang. Berdasarkan hasil penelitian masing-masing indikator dari 3 variabel terdapat nilai terendah pada indikator keistimewaan tambahan (features). Indikator tersebut ada pada indikator kedua variabel kualitas pelayanan termasuk dalam kategori rendah. Bagi toko indomaret seluruh di indonesia sebaiknya lebih memperhatikan kualitas pelayanan khususnya pada fitur yang dimintai oleh konsumen sehingga penjualan mengalami peningkatan.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya.

Diharapkan dapat menambah variabel lain yang dapat mempengaruhi konsumen untuk melakukan pembelian. Mengingat penelitian ini hanya menggunakan dua variabel yaitu Kualitas pelayanan dan loyalitas pelanggan. Variabel lain yang bisa ditambahkan misalnya kualitas pelayanan, atribut produk, Kualitas jasa sehingga dapat memberikan gambaran yang lebih luas mengenai factor apa saja yang mempengaruhi konsumen selain kualitas pelayanan.