

## **BAB V PENUTUP**

### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai pengaruh atribut butik dan atribut produk terhadap loyalitas konsumen pada Cordy butik Bandar Lampung, maka dapat diperoleh beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Secara parsial diketahui bahwa variabel atribut butik mempunyai pengaruh yang tidak signifikan terhadap loyalitas konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa lokasi yang strategis dan mudah diakses, tata ruang baik, display menarik, suhu udara nyaman, lahan parkir memadai, kemudahan pembayaran, pelayanan pramuniaga baik, serta kelengkapan produk tidak mampu mempengaruhi loyalitas konsumen dalam pembelian produk di Cordy butik Bandar Lampung sehingga dapat diambil kesimpulan  $H_0$  diterima, hipotesis ditolak.
2. Secara parsial diketahui bahwa variabel atribut produk mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas konsumen. Hal ini menunjukkan kualitas produk yang baik, fitur produk yang khas dan istimewa, serta gaya dan desain produk yang menarik mampu berkontribusi mempengaruhi loyalitas konsumen dalam pembelian produk

di Cordy butik Bandar Lampung sehingga dapat diambil kesimpulan  $H_a$  diterima, hipotesis diterima.

3. Berdasarkan perhitungan diketahui bahwa  $F$  hitung lebih besar dari  $F$  tabel maka  $H_a$  diterima yang berarti variabel atribut butik dan atribut produk secara bersama-sama atau simultan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap loyalita konsumen.
4. Berdasarkan hasil penelitian ini, loyalitas konsumen pada Cordy butik Bandar Lampung termasuk dalam jenis loyalitas premium. Hal ini terjadi karena adanya tingkat ketertarikan yang tinggi dan tingkat pembelian berulang yang juga tinggi di Cordy butik. Pada tingkat preferensi yang paling tinggi tersebut membuat orang bangga karena menemukan dan menggunakan produk Cordy butik dan senang berbagi pengetahuan mereka dengan rekan dan keluarga tentang Cordy butik. Jenis loyalitas ini adalah loyalitas yang paling dapat ditingkatkan.

## **5.2 Saran**

Berdasarkan pembahasan yang telah diuraikan, maka saran yang bisa diberikan diantaranya:

### **5.2.1 Saran Untuk Penelitian Mendatang**

1. Perlu dilakukan penelitian lebih lanjut terhadap faktor-faktor selain atribut butik dan atribut produk yang berpengaruh terhadap loyalitas konsumen pada Cordy butik Bandar Lampung. Hal ini dikarenakan, dalam penelitian ini kelima variabel tersebut hanya mampu menjelaskan 29,1 persen

mengenai loyalitas konsumen. Penelitian ini belum memasukkan variabel atas aspek lain yang mungkin dapat mempengaruhi dan menyempurnakan hasil penelitian ini.

2. Untuk penelitian yang akan datang disarankan untuk meneliti butik-butik lainnya yang mungkin mengalami permasalahan yang hampir sama dengan Cordy butik Bandar Lampung. Dengan mengambil contoh butik lain maka permasalahan yang dialami dalam pengaruh atribut butik dan atribut produk terhadap loyalitas konsumen tersebut tentu juga berbeda, sehingga variabel yang mempengaruhi loyalitas konsumen juga berbeda. Hal ini dapat dijadikan pembandingan sekaligus melengkapi penelitian ini.
3. Untuk penelitian yang akan datang disarankan untuk mencari ruang lingkup populasi yang berbeda dan lebih luas dari populasi dalam penelitian ini. Sampel yang digunakan sebaiknya juga lebih banyak daripada sampel dalam penelitian ini, dengan demikian penelitian lanjutan tersebut dapat semakin memberikan gambaran yang lebih spesifik mengenai pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, desain produk, harga, dan kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan.

### **5.2.2 Saran Untuk Perusahaan**

Cordy butik Bandar Lampung harus lebih memperhatikan atribut-atribut butik yang dimiliki seperti lokasi yang strategis dan mudah diakses, tata ruang baik, display menarik, suhu udara nyaman, lahan parkir memadai, kemudahan pembayaran, pelayanan pramuniaga baik, serta kelengkapan produk. Hal ini guna untuk dapat membentuk suatu citra atau *image* suatu perusahaan. Apabila

perusahaan mempunyai citra yang baik dimata konsumen, maka pelanggan akan memberi penilaian positif pada perusahaan tersebut yang mendorong mereka untuk loyal pada produk tersebut. Sebaliknya, bila perusahaan mempunyai citra yang buruk, konsumen akan memberi penilaian negatif sehingga konsumen berpindah ke produk lain. Hal ini harus diperhatikan Cordy butik untuk selalu memberikan atribut-atribut butik yang baik kepada setiap konsumennya agar mereka tidak berpindah ke produk lain.