

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Variabel Kepercayaan dengan koefisien regresi sebesar 0,348
2. Variabel Citra Merek dengan koefisien regresi sebesar 0,354
3. Variabel Kualitas Pelayanan dengan koefisien regresi sebesar 0,316

Dari pembahasan diatas variabel terbesar yang mempengaruhi loyalitas Pelanggan Gramedia Purwokerto Rita Supermall adalah variabel Citra Merek (0,354) dibandingkan dengan variabel kepercayaan (0,348) dan Kualitas Pelayanan (0,316). Namun Secara keseluruhan, model penelitian ini membuktikan bahwa kepercayaan, kualitas pelayanan, dan citra merek merupakan faktor penting yang berkontribusi terhadap peningkatan loyalitas pelanggan Gramedia Purwokerto Rita Supermall.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, maka saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut:

1. Bagi Manajemen Gramedia Purwokerto Rita Supermall, disarankan untuk terus menjaga dan meningkatkan kepercayaan pelanggan melalui transparansi harga, jaminan keaslian produk, dan konsistensi pelayanan. Hal ini penting agar pelanggan merasa aman dan nyaman berbelanja.
2. Gramedia perlu memperkuat kualitas pelayanan dengan melatih karyawan agar lebih responsif, ramah, dan mampu memberikan informasi yang akurat kepada pelanggan. Pelayanan yang prima akan meningkatkan kepuasan sekaligus loyalitas pelanggan.
3. Dalam aspek citra merek, Gramedia disarankan untuk lebih sering mengadakan kegiatan literasi seperti bedah buku, peluncuran karya penulis lokal, maupun diskon tematik. Upaya ini akan semakin memperkuat citra Gramedia sebagai pusat literasi terpercaya di Purwokerto.

4. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk menambahkan variabel lain seperti kepuasan pelanggan, promosi, atau kualitas produk yang juga berpotensi memengaruhi loyalitas. Dengan demikian, penelitian berikutnya dapat memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor yang memengaruhi loyalitas pelanggan.

C. Keterbatasan Penelitian

Dalam melakukan penelitian mengenai pengaruh kepercayaan, kualitas pelayanan dan citra merek terhadap loyalitas pelanggan Gramedia Purwokerto Rita Supermall maka peneliti menyadari adanya keterbatasan dari penelitian ini, diantaranya:

4. Penelitian ini hanya dilakukan di Gramedia Purwokerto Rita Supermall, sehingga hasil penelitian mungkin tidak dapat digeneralisir ke seluruh Gramedia di Indonesia atau bahkan di daerah lain
5. Penelitian ini hanya meneliti pengaruh kepercayaan, kualitas pelayanan, dan citra merek terhadap loyalitas pelanggan. Mungkin ada variabel lain yang tidak diteliti yang juga berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan, seperti harga, promosi, atau pengalaman pelanggan secara keseluruhan dan asih banyak faktor-faktor lain yang dapat berpengaruh.
6. Penelitian ini menggunakan metode kuesioner sebagai instrumen pengumpulan data. Metode ini memiliki keterbatasan dalam menangkap nuansa dan kompleksitas perilaku pelanggan.

D. Implikasi

Implikasi Praktis

1. Meningkatkan Kepercayaan

Gramedia purwokerto perlu meningkatkan kepercayaan pelanggan dengan meningkatkan kualitas produk dan meningkatkan pelayanan.

2. Meningkatkan Kualitas Pelayanan

Gramedia Purwokerto perlu meningkatkan kualitas pelayanan untuk meningkatkan loyalitas pelanggan. Hal ini dapat dilakukan dengan meningkatkan kemampuan staff, memperbaiki sistem pelayanan dan meningkatkan fasilitas yang ada.

3. Memperkuat Citra Merek

Gramedia Purwokerto perlu memperkuat citra merek untuk meningkatkan loyalitas pelanggan. Hal ini dapat dilakukan dengan meningkatkan promosi, kualitas produk.

Implikasi Teoritis

1. Pengaruh Kepercayaan

Penelitian ini menunjukkan bahwa kepercayaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Hal ini mendukung teori bahwa kepercayaan adalah faktor terpenting dalam meningkatkan loyalitas pelanggan.

2. Pengaruh Kualitas Pelayanan

Penelitian ini menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Hal ini mendukung teori bahwa Kualitas Pelayanan adalah faktor terpenting dalam meningkatkan loyalitas pelanggan.

3. Pengaruh Citra Merek

Penelitian ini menunjukkan bahwa Citra Merek memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Hal ini mendukung teori bahwa Citra Merek adalah faktor terpenting dalam meningkatkan loyalitas pelanggan.