

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

A. Simpulan

Berdasarkan temuan – temuan dalam pembahasan penelitian ini, maka dapat disimpulkan bahwa :

1. Hipotesis satu terbukti karena ada pengaruh yang signifikan positif pada variabel promosi terhadap loyalitas pelanggan sebesar 0,441
2. Hipotesis dua terbukti karena ada pengaruh yang signifikan positif pada variabel promosi terhadap kepuasan pelanggan sebesar 0,401.
3. Hipotesis tiga terbukti karena ada pengaruh tidak langsung variabel promosi terhadap loyalitas pelanggan sebesar 0,178.

B. Saran

1. Untuk Perusahaan

Berdasarkan simpulan penelitian ini, peneliti menyarankan agar :

- a. Perusahaan dapat lebih memperhatikan *awareness* pelanggan akan promosi yang dilakukan agar promosi yang dilakukan tidak sia-sia dan dapat berdampak lebih terhadap perilaku setelah pembelian.
- b. Perusahaan juga perlu mempertimbangkan kembali mengenai media yang digunakan untuk melakukan promosinya. *Event* dan *experience* yang dilakukan juga perlu dipertimbangkan dengan kebutuhan dari pelanggan sehingga *event* yang berjalan benar-benar berdampak terhadap perilaku pelanggannya.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.





2. Untuk Peneliti Selanjutnya

Berdasarkan simpulan yang sudah diketahui bahwa pengaruh variabel di luar penelitian yang tidak dimasukkan seperti *awareness* menjadi masalah yang menyebabkan respon dari pelanggannya buruk. Oleh karena itu, disarankan untuk peneliti selanjutnya untuk menambah variabel atau mengganti variabel yang diteliti guna mencari tahu bagaimana bauran pemasaran ritel berpengaruh terhadap perilaku konsumennya.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang menyalin sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.