



BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
Hak Cipta Milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

A. Kesimpulan

Kesimpulan yang dapat diperoleh sebagai hasil pengolahan data pengaruh Emosi Positif terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan dan Daya Tarik Pengecer pada Lotte Mart Kelapa Gading Jakarta Utara yaitu diuraikan sebagai berikut:

1. Emosi Positif berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Hal ini berarti semakin bahagia (senang/gembira) seorang pelanggan, maka semakin memungkinkan pelanggan tersebut untuk memperoleh kepuasan.
2. Emosi Positif berpengaruh positif dan signifikan baik secara langsung maupun tidak langsung terhadap Daya Tarik Pengecer. Hal ini berarti semakin bahagia (senang/gembira) seorang pelanggan, maka semakin tinggi tingkat ketertarikan pelanggan terhadap pengecer.
3. Kepuasan Pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Daya Tarik Pengecer. Hal ini berarti semakin tinggi tingkat kepuasan yang diperoleh pelanggan terhadap pengecer, maka semakin tinggi pula tingkat ketertarikan pelanggan terhadap pengecer tersebut.
4. Kepuasan Pelanggan berpengaruh positif dan signifikan baik secara langsung maupun tidak langsung terhadap Loyalitas Pelanggan. Hal ini berarti semakin tinggi tingkat kepuasan yang diperoleh pelanggan terhadap pengecer, maka semakin tinggi pula tingkat loyalitas pelanggan terhadap pengecer tersebut.
5. Daya Tarik Pengecer berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan. Hal ini berarti semakin tinggi tingkat ketertarikan pelanggan terhadap

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 menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



pengecer, maka semakin tinggi pula tingkat loyalitas pelanggan terhadap pengecer tersebut.

6. Emosi Positif berpengaruh positif secara tidak langsung terhadap Loyalitas Pelanggan. Pengaruh tidak langsung dapat melalui Kepuasan Pelanggan terhadap Pengecer dan Daya Tarik Pengecer. Hal ini berarti untuk meningkatkan loyalitas pelanggan, maka dapat diciptakan dari pembentukan emosional pelanggan yang positif serta melalui rangsangan dari kepuasan dan daya tarik pengecer.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan serta pembahasan dan hasil penelitian yang dilakukan di bab sebelumnya, dapat diberikan saran sebagai berikut:

1. Bagi Lotte Mart

Lotte Mart Kelapa Gading diharapkan dapat terus mempertahankan pelayanan dan kinerja yang sudah ada bahkan lebih ditingkatkan sehingga semakin banyak konsumen yang memperoleh kepuasan terhadap Lotte Mart dan enggan berpindah pada pengecer lain. Selain itu, Lotte Mart diharapkan dapat memfokuskan pada emosional pelanggan dikarenakan secara tidak langsung Emosi Positif mempengaruhi Loyalitas Pelanggan melalui rangsangan dari Kepuasan dan Daya Tarik Pengecer. Dari hasil pernyataan Emosi Positif tentang apakah saya merasa sebagai orang yang beruntung bila berbelanja di Lotte Mart, sebagian besar responden menjawab netral. Hal ini menyatakan bahwa responden belum merasa menjadi orang yang beruntung apabila berbelanja di Lotte Mart Kelapa Gading. Oleh sebab itu, diharapkan Lotte Mart dapat mengadakan acara-acara yang akan membuat pelanggan merasa lebih beruntung berbelanja di Lotte Mart dibanding di pengecer lain. Demikian juga dengan kepuasan pelanggan dan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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.



daya tarik Lotte Mart harus ditingkatkan mengingat kedua variabel ini menjadi

③ variabel yang mendorong semakin terbentuknya loyalitas dalam benak pelanggan terhadap Lotte Mart Kelapa Gading.

2. Bagi Penelitian Selanjutnya

Penelitian yang akan datang diharapkan dapat dilakukan lebih spesifik dengan menggunakan pengumpulan data melalui kuesioner fisik maupun secara *online* sehingga hasil yang diperoleh lebih mewakili semua kalangan. Penelitian selanjutnya juga diharapkan dapat dikembangkan dengan menambah variabel lainnya seperti *Word of Mouth*, *Repatronage Intention*, dan lainnya sehingga dapat menghasilkan penelitian yang lebih kompleks dan lebih baik lagi.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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.