

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini terdiri dari kesimpulan dan saran dari penelitian yang sudah dilakukan. Kesimpulan ini menjawab rumusan masalah pada Toko Emas GB. Untuk saran, saran diberikan untuk penelitian sejenis yang akan dilakukan selanjutnya.

V.1 Kesimpulan

Penelitian mengenai perencanaan produksi dilakukan untuk mencapai beberapa hal. Setelah dilakukan penelitian, peneliti menyimpulkan beberapa hal yang diperoleh mengenai perencanaan organisasi perusahaan PST. Berikut merupakan kesimpulan yang didapatkan.

1. Tingkat loyalitas pelanggan di Toko Emas GB masih termasuk rendah dengan nilai rata-rata yaitu 3.206 dari skala 7.
2. Faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan di Toko Emas GB secara langsung adalah kepuasan pelanggan dan secara tidak langsung dipengaruhi produk, toko, citra merek, dan harga.
3. Usulan perbaikan untuk meningkatkan loyalitas pelanggan di Toko Emas GB adalah memasang lampu LED panjang pada lemari perhiasan, mengganti lampu toko, membuat tata letak dalam mengelompokkan jenis perhiasan dalam kotak yang sama, menempatkan perhiasan pada kotak yang sama dan menempatkan perhiasan lebih pada pada kotak yang lebih kecil, menambah 2 kipas angin, membedakan harga perhiasan baru dan perhiasan lama, membuat form pengecekan kualitas perhiasan, mengganti supplier perhiasan, dan menyediakan produk *limited edition*. Terdapat 9 usulan perbaikan dimana 8 usulan diterima dan 1 usulan dipertimbangkan.

V.2 Saran

Setelah melakukan penelitian mengenai loyalitas pelanggan pada toko perhiasan, ada beberapa hal yang dapat disarankan. Saran ini diberikan agar

dapat meningkatkan kualitas penelitian sejenis. Berikut merupakan saran-saran tersebut.

1. Penelitian selanjutnya dapat melibatkan responden dari berbagai toko emas lainnya di berbagai lokasi.
2. Penelitian selanjutnya dapat meningkatkan generalisasi terhadap model penelitian.
3. Penelitian selanjutnya dapat menggunakan pendekatan longitudinal yang dapat mengakomodasi pengaruh waktu terhadap hubungan antar variabel.
4. Penelitian selanjutnya dapat menambah variabel lain yang dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

- Amalina, R. N., Sukresna, I. M., & Sugiharto, J. Studi Tentang Kepuasan Konsumen di Toko Emas Pusaka Sukorejo Kendal. *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*, 104-123.
- Asri, D. T. Y., Ngatno, N. (2015). Pengaruh Kualitas Pelayanan, *Store Atmosphere*, dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor.
- Badan Pusat Statistik. (2019). Produksi Barang Tambang Mineral, 1996-2018. Diunduh dari: <https://www.bps.go.id/linkTableDinamis/view/id/1126>
- Brady, M. K., & Cronin, J. J. (2001). Some New Thoughts on Conceptualizing Perceived Service Quality: A Hierarchical Approach. *Journal of Marketing*, Vol. 65, 34-49, 55-62.
- Budi, K. (2019). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen. Diunduh dari: <https://ilmumanajemenindustri.com/faktor-faktor-yang-mempengaruhi-perilaku-konsumen/>
- Daultani, Y., Goyal, K., & Pratap, S. (2021). *An Empirical Investigation of the Relationship between Store Attributes and Customer Satisfaction : A Retail Operations Perspective*. Vol. 14, No. 1, 2021, 100-110.
- Departemen Kesehatan RI. (2009). Kategori Umur. Jakarta: Depkes RI.
- Dewi, P. S. A., & Suprapti, N. W. S. (2018). Membangun Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Yang Dipengaruhi Oleh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Dan Citra Merek – Studi Pada Produk Smartphone Merek Oppo. *Jurnal Manajemen, Strategi Bisnis dan Kewirausahaan*. Vol.12, No.2. <https://doi.org/10.24843/MATRIK:JMBK.2018.v12.i02.p01>
- Dick, A. S., & Basu, K. (1994). *Customer Loyalty: Toward an Integrated Conceptual Framework*. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 99–113.
- Fasha, H. F., & Madiawati, P. N. (2019). Pengaruh *Brand Image*, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Loyalitas Konsumen Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Produk ZARA di Kota Bandung.

- Finthariasari, M., Ekowati, S., & Krisna, R. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, *Display Layout*, Dan Variasi Produk Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, 149-159
- Firmansyah, M. A. (2018). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: CV Budi Utama.
- Griffin, Jill. (2005). *Customer Loyalty: Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*. Jakarta: Erlangga.
- Hair, J. F., Hult, G.T., Ringle, C.M., & Sarstedt, M. (2017). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) Second Edition*.
- Hasan, A. (2014). *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*. Yogyakarta: CAPS.
- Hendryfu. (2019). Lampu LED Philips 19 Watt Jumbo. Diunduh dari: <https://shopee.co.id/lampu-Led-Philips-19w-19-watt-Jumbo>
i.195700836.6316077194
- Hidayati, A., Sifat, W. O., Maddinsyah, A., Sunarsi, D., & Jasmani. (2021). *Loyalitas dan Kepuasan Konsumen: Tinjauan Teoritik*. Cipta Media Nusantara.
- Holmes, F. E. (2019). *Top 10 Gold Producing Countries*. Diunduh dari: <https://www.kitco.com/commentaries/2019-06-26/Top-10-Gold-Producing-Countries.html>
- Jahanshahi, A. A., Gashti, M. A. H., Mirdamadi, S. A., Nawaser, K., & Khaksar, S. M. S. (2011). *Study the Effects of Customer Service and Product Quality on Customer Satisfaction and Loyalty. International Journal of Humanities and Social Science*. Vol. 1, No. 7.
- Kotler, P. (2008). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Erlangga.
- Maretha, V., & Kuncoro, E. A. (2011). Pengaruh *Store Atmosphere* dan *Store Image* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Toko Buku Gramedia Pondok Indah.
- Muah, & Masram, H. (2014). *Loyalitas Pelanggan: Tinjauan Aspek Kualitas Pelayanan dan Biaya Peralihan*. Sidoarjo: Zifatama Publisher.
- Munaro, A., Martins, E., & Kato, H. T. (2019). *The Effect of Consumption Motivation on The Perception of Gift Store Attributes in Jewelry Retail Store and its Influence on Repurchase Intention*. DOI: 10.7819/rbgn.v21i5.4029
- Myler, Larry. (2016). *Acquiring New Customer Is Important, But Retaining Them Accelerates Profitable Growth*.

- Nainggolan, F., & Hidayat, A. (2020). *The Effect of Country of Origin, Brand Image, Price Fairness, And Service Quality on Loyalty Toward Iphone Mobile Users, Mediated By Consumer Satisfaction. European Journal of Business and Management Research*. Vol. 5, No. 1, Februari 2020.
- Nayak, I. V., & Pai, R. R. (2015). *A Study on Perceived Product and Service Quality on Customer Loyalty : A Structural Equation Modelling Approach, A Case Study on a Leading Jewelry Chain in South Canara District. International Journal of Research in Advent Technology*, 161-177. Vol.3, No.5.
- NN. (2015). *Indonesia Investments Emas*. Diunduh dari: <https://www.indonesia-investments.com/id/bisnis/komoditas/emas/item167>
- NN. (2017). Rama Sakti Pusat Perhiasan Emas. Diunduh dari: <https://maps123.net/en/ID/rama-sakti-pusat-perhiasan-emas-p2504117>
- NN. (2018). Lampu TL LED T5 16 Watt Panjang 120 Cm Mitsuwa. Diunduh dari: <https://www.lazada.co.id/products/lampu-tl-led-t5-16-watt-panjang-120cm-mitsuwa-i405302124.html>
- Rofa, M. H., & Dwiyanto, B. M. (2016). Analisis Pengaruh Kualitas Layanan dan *Store Atmosphere* Terhadap Kepuasan Konsumen Untuk Menciptakan Loyalitas Konsumen. *Diponegoro Journal Of Management*, 1-10.
- Setiadi, N. J. (2003). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Kencana.
- Sgala. (2020). Memilih Besar Watt Lampu yang Sesuai untuk Ruangan. Diunduh dari: <https://www.s-gala.com/blog-post/watt-lampu>
- Shartykarini, S., Firdaus, R., Rusniati. (2016). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Wawasan Manajemen*. Vol. 4, No.1.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.
- Suhaily, L., & Darmoyo, S. (2017). *Effect of Product Quality, Perceived Price, And Brand Image On Purchase Decision, Study On Japanese Brand Electronic Product*.
- Suryabrata, S. (1983). *Metodologi Penelitian*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Tjiptono, F. (2008). *Strategi Pemasaran*. Edisi Pertama. Yogyakarta: Penerbit Bayu Media Publishing.
- Ulumiyah, F. (2019). Pengaruh Atmosfer Toko, *Brand Image*, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Dengan Kepuasan Konsumen

Sebagai Variabel Intervening – Studi Kasus Pada Konsumen Toko Tas Elizabeth Mojokerto.

Winarto, Y. (2018). Lima Sektor Penyumbang Terbesar PDB Tumbuh Positif, Tapi Pertanian Melambat. Diunduh dari: <https://nasional.kontan.co.id/news/lima-sektor-penyumbang-terbesar-pdb-tumbuh-positif-tapi-pertanian-melambat>

Zeithaml, V. A, & Bitner, M. J. (2008). *Service Marketing. Bussiness Marketing Journal: Consumer Behavior*. New Delhi: Tata McGraw Hill.