

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan dengan judul persepsi harga, gaya hidup, citra merek dan lokasi terhadap loyalitas pelanggan (studi kasus pelanggan Ratu Swalayan Gondanglegi Kabupaten Malang) dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial antara variabel bebas persepsi harga (X1) terhadap variabel terikat yaitu loyalitas pelanggan (Y). Hal ini dapat dibuktikan dengan menunjukkan nilai sig sebesar .000 dengan artian $.000 < 0.05$. Maka dapat diketahui bahwa H1 diterima dan H0 ditolak yang artinya ada pengaruh secara parsial dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan Ratu Swalayan Gondanglegi.
2. Terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial antara variabel bebas gaya hidup (X2) terhadap variabel terikat yaitu loyalitas pelanggan (Y). Hal ini dapat dibuktikan dengan menunjukkan nilai sig sebesar .001 dengan artian $.001 < 0.05$. Maka dapat diketahui bahwa H2 diterima dan H0 ditolak yang artinya ada pengaruh secara parsial dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan Ratu Swalayan Gondanglegi.
3. Terdapat pengaruh signifikan secara parsial antara variabel bebas citra merek (X3) terhadap variabel terikat loyalitas pelanggan (Y). Hal ini dapat dibuktikan dengan menunjukkan nilai sig .000 dengan artian $.000 < 0.05$. Maka dapat diketahui bahwa H3 diterima dan H0 ditolak yang artinya ada pengaruh secara parsial dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan Ratu Swalayan Gondanglegi.

4. Terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial antara variabel bebas lokasi (X4) terhadap variabel terikat loyalitas pelanggan (Y). hal ini dapat dibuktikan dengan menunjukkan nilai sig .000 dengan artian $.000 > 0.05$. Maka dapat diketahui bahwa H4 diterima dan H0 ditolak yang artinya ada pengaruh secara parsial dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan Ratu Swalayan Gondanglegi.
5. Terdapat pengaruh secara simultan antara variabel bebas persepsi harga (x1), gaya hidup (X2), citra merek (X3) dan lokasi (X4) terhadap variabel terikat loyalitas pelanggan (Y). Hal ini dapat dibuktikan dengan nilai F hitung sebesar 254.312 yang dibandingkan dengan F tabel sebesar 2.47 yang berarti $F \text{ hitung} > F \text{ tabel}$. Maka H5 diterima dan H0 ditolak, sehingga bisa dikatakan bahwa persepsi harga, gaya hidup, dan citra merek berpengaruh secara simultan dan positif terhadap loyalitas pelanggan Ratu Swalayan Gondanglegi di Kabupaten Malang.

5.2 Saran

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai referensi oleh penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan pengaruh persepsi harga, gaya hidup, citra merek dan lokasi. Harapan dari penliti, penelitian selanjutnya menambahkan variabel lain sehingga hasilnya lebih komprehensif dan lebih baik dibandingkan dengan penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraini, Fitri & Ruzikna. (2015). Pengaruh Brand Image terhadap Loyalitas pelanggan pada koran harian Riau Pos. Riau: UNRI.
- Anuwichanont, J. & S. D. Rajabhat. (2011). The Impact Of Price Perception On Customer Loyalty In The Airline Context. *Journal of Business & Economics Research*, 9(9), 37-50.
- Armstrong, Kotler (2015), *Marketing an Introducing* Prentice Hall twelfth Edition , England : Pearson Education, Inc.
- Cocrill, A. and Goode, MM (2010) Percieved Price And Price Decay In The DVD Marke. *The Journal Of Product And Brand Management* .19 (5).
- Creswell, John. 2010. *Research Design: Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed*. Yogyakarta: PT Pustaka Pelajar.
- Danang Sunyoto. 2015. *Manajemen Bisnis Ritel*, Cetakan pertama, CAPS (Center Academic for Publishing Service, Yogyakarta.
- Darmawan, D. & J. Gatheru. 2021. Understanding Impulsive Buying Behavior in Marketplace, *Journal of Social Science Studies*, 1(1), 11-18.
- Darmawan, D. (2011). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian, *Metromedia*, Surabaya.
- Darmawan, D. (2017). *Bauran Pemasaran Ritel, Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan*. *Metromedia*, Surabaya.
- Dinawan, M. R. (2010). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian (Studi kasus pada konsumen Yamaha Mio PT. *Jurnal sains pemasaran indonesia*, IX(3), 335–369.
- Endang Tjahjaningsih .2013. Pengaruh Citra Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan Studi Pada Pelanggan Supermarket Carrefour Di Semarang, *Media Bisnis & Ekonomi* Vol.28
- Firdiyansyah, indra. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Warung Gubrak Kepri Mall Kota Batam. 1, 1–9.
- Formánek, T. & R. Tahal. (2017). Socio-demographic and lifestyle determinants of loyalty program participation in the Czech Republic. *Management & Marketing. Challenges for the Knowledge Society*, 12(4), 524-539.
- Ghanimata, F., & Kamal, M. 2012. Analisis pengaruh harga, kualitas produk, dan lokasi terhadap keputusan pembelian (Studi pada Pembeli Produk Bandeng Juwana Elrina Semarang). *Diponegoro Journal Of Management*. Vol 1(2)

- Ghozali, Imam. 2018. "Aplikasi Analisis Multivariate dengan IBM SPSS 25". Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Griffin, Jill. 2002. Customer Loyalty, Menuumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan. Penerbit: Erlangga, Jakarta.
- Handayani, W. 2015. Pengaruh Citra dan Persepsi Harga Dalam Mempengaruhi Kepuasan dan Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan. Jurnal Ekonomi. 1-27.
- Hatta, Iha Haryani, Widarto Rachbini dan Sudarmin Parenrengi. 2018. "Analysis Of Product Innovation, Product Quality, Promotion, And Price, And Purchase Decisions". South East Asia of Jurnal Contemporary Business, Economic and Law : ISSN, Vol.13 No.1.
- Hayat, A. W. M. (2012). Pengaruh Lokasi dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Distro Ouval Research Di Buah Batu Bandung. Jurnal UNIKOM, 1-16.
- Hurriyati, Ratih. (2010). Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen. Bandung: ALFABETHA
- Kotler & Keller. 2009. Marketing Management, Penerjemah Bob Sabran, Edisi Ketiga Belas, Erlangga, Jakarta.
- Kotler dan Keller. 2014. Buku Prinsip Prinsip Pemasaran By Philip Kotler Gary Armstrong Edisi 12 Jilid I&2. Edisi Ke 13. Jakarta:Erlangga.
- Kotler, & Armstrong. (2016). Prinsip-Prinsip Pemasaran. Jilid 1 dan 2. Edisi 12. Jakarta: Erlangga
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Marketing Management. In Pearson Edition Limited
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2018). Manajemen Pemasaran. Edisi 12. Jilid 2. Jakarta: PT Indeks.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2012. Prinsip-prinsip Pemasaran. Edisi 13. Jilid 1. Jakarta : Erlangga.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong (2012), Principles Of Marketing, 14th Edition, England: Pearson Education Limited.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2009. Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kristina, N., & Widyaningrum, W. (2019). Managerial Skill (1 ed., Vol. 1). Unmu Ponorogo Press.
- Lupiyoadi, Rambat. 2001. Manajemen Pemasaran Jasa. Edisi 1. Jakarta : Salemba Empat.
- Griffin, Jill. 2002. Customer Loyalty. Jakarta : Erlangga.
- Nugraheni, P.N.A. Perbedaan Kecenderungan Gaya Hidup Hedonis Pada Remaja Ditinjau dari Lokasi Tempat Tinggal. Surakarta : Fakultas Psikologi UMS, 2003.

- Peter, J Paul dan Olson, J.C. (2014). *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Salemba Empat.
- Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, 2012, *Manajemen Pemasaran ed. Ketiga Belas*. Jilid 2 Terjemahan oleh BOB Sabran MM : Penerbit Erlangga.
- Pongoh, M. E. 2013. Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, dan Harga Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Pelanggan Kartu AS. *Jurnal EMBA* Vol.1. No.4.
- Pratama Andika Rivaldi, Anwar Suhardi M., & Andi Rizkiyah Hasbi (2023). Pengaruh Persepsi Harga, Promosi Penjualan, Dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Es Kristal Pluto Mineral Di Kota Palopo. 26, 1702-1715. Diakses <https://doi.org/10.36778/jesya.v6i2.1166>
- Putra Arif Rachman, Rudiansyah Muhammad Mas Davit Herman, Dermawan Didit, Mardikaningsih Rahayu, & Sinambela Ella Anastasya (2022). Pengaruh Gaya Hidup, Lingkungan Fisik, dan Persepsi Harga terhadap Loyalitas Pelanggan Lottemart. 2, 71-85.
- Sanggetang. (2019). Pengaruh Lokasi, Promosi Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Perumahan Kawanua Emerald City Manado. *Jurnal EMBA*, Vol.7, 881–890.
- Sapitri Eka, Sampurno, & Hayani Iha (2020). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Pelanggan Minyak Telon Cussons Baby di DKI Jakarta). 4, 231-240. Diakses <https://doi.org/10.33753/mandiri.v4i2.144>
- Schiffman, Leon G. dan Lesli Lazar kanuk. 2000. *Consumer Behaviour*, 7th Edition. Upper Saddle River. New Jersey: Prentice Hall Inc.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta, CV.
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : ALFABETA.
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, penerbit Alfabeta, Bandung.
- Sunyoto, D. (2015). *Perilaku Konsumen dan Pemasaran*. Yogyakarta: Center of Academic Publishing Service.
- Sutisna. 2002. *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*, Bandung: Penerbit PT. Remaja Rosdakarya.
- Swastha, Basu dan Irawan. 2003. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty Offset.
- Tjiptono, (2011). *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*. Edisi 2. Yogyakarta: Andi.
- Tomida, Merinda. 2016. Pengaruh Harga dan Citra Merk terhadap Loyalitas Pelanggan Produk Footwear Yongki Komaladi. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen* Vol.5 No.7 Juli 2016.

Triyono, Sigit. 2006. Sukses Terpadu Bisnis Ritel. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo

Wati Riski Melia , & Alam Iskandar Ali (2022). Pengaruh Persepsi Harga Dan Promosi Penjualan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Masa Pandemi Covid 19. 1, 1727-1738. Diakses <https://publish.ojs-indonesia.com/index.php/SIBATIK>

Wirawan Andi Andika, Sjahrudin Herman, & Razak Nurlaely (2019). Pengaruh Kualitas Produk dan Lokasi Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Lamuna Coffee di Kabupaten Bone. 1, 15-26. Diakses <https://doi.org/10.31227/osf.io/p8e5z>

Wiyandarini, G. & R. Mardikaningsih. (2021). Studi Kasus di Koperasi Primer Kepolisian Resor Kota Mojokerto: Pengamatan Variabel Kualitas Layanan dan Persepsi Harga serta Pengaruhnya terhadap Kepuasan Pelanggan, Jurnal Pendidikan, Penelitian, dan Pengabdian Masyarakat, 1(2), 45-56.

Susilawati Eka, Prastiwi Estik Hari & Kartika Yulyar (2022). Pengaruh Persepsi Harga, Diskon, Dan Customer Experience Terhadap Loyalitas Pelanggan Produk Fashion Shopee. Jurnal Aplikasi Manajemen dan Inovasi Bisnis Vol. 5 No. 1 Agustus 2022. Diakses <http://jurnal.stiekma.ac.id/index.php/JAMIN>

UNIVERSITAS ISLAM
RADEN RAHMAT