

## BAB 5

### PENUTUP

#### 5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil dari penelitian yang telah peneliti lakukan, simpulan yang dapat diambil oleh peneliti adalah sebagai berikut:

1. Citra Merek (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen pada Supermarket Hokky MERR Surabaya karena konsumen mengutamakan supermarket yang sudah dikenal dengan baik seperti memiliki reputasi yang baik sebagai pertimbangan mereka dalam melakukan kunjungan.
2. Kualitas Produk (X2) berpengaruh negatif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen pada Supermarket Hokky MERR Surabaya karena produk yang tersedia tidak selalu baru dan peningkatan kualitas produk dapat diikuti dengan kenaikan harga yang menyebabkan konsumen menjadi tidak loyal dan berpindah pada supermarket lain dengan kualitas produk yang lebih rendah namun dengan harga yang lebih murah.
3. *Store Atmosphere* (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen pada Supermarket Hokky MERR Surabaya karena konsumen lebih mengutamakan suasana toko seperti kebersihan, suhu, aroma, musik, dan tata ruang toko yang meningkatkan kenyamanan konsumen saat berbelanja.
4. Kepuasan Konsumen (X4) berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen pada Supermarket Hokky MERR Surabaya karena



kesesuaian harapan atas produk ataupun pelayanan yang diberikan akan membuat konsumen menjadi loyal dan kembali melakukan kunjungan.

## 5.2 Saran

### 5.2.1 Bagi Supermarket Hokky MERR Surabaya

Berdasarkan hasil di atas, maka peneliti memiliki beberapa saran sebagai berikut:

1. Citra Merek memiliki pengaruh terhadap loyalitas konsumen pada Supermarket Hokky MERR Surabaya. Peneliti memiliki saran untuk Supermarket Hokky MERR Surabaya untuk tetap menjaga reputasi yang baik agar tetap dikenal baik oleh masyarakat dan dapat mempertahankan loyalitas konsumen.
2. Kualitas Produk memiliki pengaruh negatif terhadap loyalitas konsumen pada Supermarket Hokky MERR Surabaya. Peneliti memiliki saran untuk Supermarket Hokky MERR Surabaya agar mempertimbangkan kebaruan dan keaslian produk yang dijual serta tetap mempertahankan keberagaman produk dengan penampilan yang menarik sehingga mampu mempertahankan loyalitas konsumen.
3. *Store Atmosphere* memiliki pengaruh terhadap loyalitas konsumen pada Supermarket Hokky MERR Surabaya. Peneliti memiliki saran untuk Supermarket Hokky MERR Surabaya agar mempertahankan keunggulan dalam segi suasana toko seperti kebersihan, suhu, aroma, musik, dan tata ruang toko yang dapat meningkatkan kenyamanan konsumen saat berbelanja sehingga mampu mempertahankan loyalitas konsumen.



4. Kepuasan Konsumen memiliki pengaruh terhadap loyalitas konsumen pada Supermarket Hokky MERR Surabaya. Peneliti memiliki saran untuk Supermarket Hokky MERR Surabaya agar dapat memperhatikan variabel-variabel yang mendukung kepuasan konsumen seperti *store atmosphere*, kualitas produk, dan citra merek sehingga mampu mempertahankan loyalitas konsumen.

### 2.2 Bagi Penelitian Selanjutnya

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan ini, peneliti memiliki saran untuk penelitian selanjutnya yakni melakukan penelitian dengan variabel-variabel lain yang tidak digunakan oleh peneliti pada penelitian ini. Untuk penelitian selanjutnya dapat menggunakan variabel lain seperti lokasi, harga, loyalitas, iklan, WoM, dan keputusan pembelian. Harapannya untuk penelitian selanjutnya dapat memberikan pengetahuan yang terbaharui.

