



### **Hak cipta dan penggunaan kembali:**

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

### **Copyright and reuse:**

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti dengan judul "Pengaruh *Logistics Performance* terhadap *Customer Loyalty* melalui *Customer Satisfaction* : Studi Pada Supermarket BSD". Terdapat 5 (lima) hipotesis yang diteliti oleh peneliti didalam penelitian ini menggunakan *software* Smart PLS 3, dapat disimpulkan sebagai berikut :

- 1) Kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*) memiliki pengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan (*customer loyalty*), karena memiliki nilai *t-value* sebesar 0,799 atau 79,9 persen sehingga memenuhi syarat pengukuran. Pada hipotesa pertama (H1) dapat diartikan bahwa kepuasan yang dirasakan oleh konsumen AEON BSD City Store karena pengalaman pada saat berkunjung dan berbelanja di toko, konsumen merasa nyaman dengan layanan yang diberikan oleh AEON BSD City Store, sehingga secara tidak langsung hal itu dapat mempengaruhi loyalitas bagi pelanggan.
- 2) Citra toko (*store image*) memberikan pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*), karena memiliki nilai *t-value* sebesar 1,059 atau 105,9 persen sehingga memenuhi syarat pengukuran. Pada hipotesa kedua (H2) dapat diartikan bahwa memiliki citra toko (*store image*) yang bagus dimata konsumen dapat memberikan pengaruh pada kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*).
- 3) Kinerja logistik (*in-store logistics performance*) tidak memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*), karena memiliki nilai *t-value* sebesar -0,193 atau 19,3 persen sehingga hal tersebut tidak dapat memenuhi syarat pengukuran.
- 4) Kinerja logistik (*in-store logistics performance*) dapat memberikan pengaruh positif terhadap citra toko (*store image*), karena memiliki nilai *t-value* sebesar 0,930 atau 93 persen sehingga memenuhi syarat pengukuran. Pada hipotesa keempat (H3b) dapat diartikan bahwa adanya hubungan antara persepsi kinerja logistik (*in-store logistics performance*) yang bagus dengan citra toko (*store image*).

- 5) Kinerja logistik (*in-store logistics performance*) memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*) yang dimediasi oleh citra toko (*store image*), karena memiliki nilai *t-statistics* sebesar 5,424 atau 542,4 persen sehingga memenuhi syarat pengukuran. Pada hipotesa terakhir, yaitu hipotesa kelima (H3c) dapat diartikan bahwa terciptanya kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*) tidak hanya dari kinerja logistik (*in-store logistics performance*) saja, tetapi didukung juga oleh citra toko (*store image*) yang bagus.

## 5.2 Saran

Berdasarkan hasil dari penelitian ini, peneliti memiliki beberapa saran untuk perusahaan dan juga saran untuk penelitian selanjutnya, berikut adalah saran yang peneliti berikan:

### 5.2.1 Saran untuk Perusahaan

Berdasarkan dari hasil penelitian, penulis memberikan beberapa saran kepada AEON BSD City Store antara lain:

- 1) Pada variabel *in-store logistics performance* dengan dimensi *product information*, AEON BSD City Store masih mendapatkan penilaian kurang baik pada indikator X1\_PI1 yang memiliki pernyataan “saya merasa produk yang dijual di toko memiliki informasi kadaluarsa”, hal itu dikarenakan konsumen merasa kurangnya informasi yang diberikan oleh AEON BSD City Store mengenai produk-produk kadaluarsa, padahal pentingnya memberikan informasi terkait produk-produk kadaluarsa agar kinerja logistik toko (*in-store logistics performance*) tetap bagus dan citra suatu toko (*store image*) menjadi baik, supaya konsumen merasa nyaman dan puas (*customer satisfaction*) berkunjung dan berbelanja di AEON BSD City Store. Apabila konsumen sudah merasa nyaman dan puas terhadap suatu toko, maka loyalitas konsumen (*customer loyalty*) terhadap suatu toko akan tinggi, maka dari itu saran untuk AEON BSD City Store untuk meningkatkan kinerja logistik dan mengecek setiap produk-produk apakah sudah memiliki informasi kadaluarsa atau belum, agar konsumen merasa puas dan loyal kepada AEON BSD City Store, dan pada akhirnya akan memberikan penilaian yang sangat baik.

2) Pada variabel yang sama yaitu variabel *in-store logistics performance* dengan dimensi *product information*, AEON BSD City Store juga masih mendapatkan penilaian kurang baik pada indikator X1\_PI3 dengan pernyataan “di toko ini, saya merasa adanya informasi mengenai produk-produk yang sudah habis”, hal itu dikarenakan konsumen merasa kurangnya informasi yang diberikan oleh AEON BSD City Store terkait produk-produk yang sudah habis atau konsumen kurang memahami informasi yang diberikan oleh toko, sehingga hal tersebut mendapatkan penilaian dari konsumen kurang baik. Pentingnya setiap informasi yang diberikan oleh toko seperti informasi produk yang sudah habis, agar konsumen tidak berkeliling untuk mencari produk yang sudah habis, hal ini menjadi tolak ukur kinerja logistik (*in-store logistics performance*) suatu toko apakah sudah baik atau belum, karena kinerja logistik (*in-store logistics performance*) yang baik akan berdampak pada kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*) dan loyalitas pelanggan (*customer loyalty*) yang nantinya akan menjadikan citra toko (*store image*) baik dimata konsumen.

### 5.2.2 Saran untuk Penelitian Selanjutnya

Saran untuk penelitian selanjutnya adalah diharapkan bagi peneliti yang selanjutnya untuk memperbaiki kekurangan yang dimiliki oleh peneliti pada penelitian ini, sehingga pada penelitian selanjutnya dapat memberikan penelitian yang jauh lebih baik pada penelitian ini.

U M M N  
U N I V E R S I T A S  
M U L T I M E D I A  
N U S A N T A R A