

## BAB V

### SIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dianalisis menggunakan perangkat lunak IBM SPSS versi 25 dengan metode regresi linier berganda untuk mengolah data dari 150 responden, penelitian ini mengevaluasi pengaruh variabel independen *Product Selection*, *Store Environment*, *Experience*, *Frictionless*, dan *Social Responsible* terhadap variabel dependen yaitu *Store Sustainability*. Berikut adalah kesimpulan yang diperoleh dari penelitian ini:

1. *Product Selection* (PS) berpengaruh terhadap *Store Sustainability*. Berdasarkan hasil uji T, nilai T hitung sebesar  $11.218 > T$  tabel  $1.97646$  dengan nilai signifikansi  $0.000 < 0.05$ . Hal ini menunjukkan bahwa variabel *Product Selection* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *Store Sustainability*.
2. *Store Environment* (SE) berpengaruh terhadap *Store Sustainability*. Berdasarkan hasil uji T, nilai T hitung sebesar  $8.918 > T$  tabel  $1.97646$  dengan nilai signifikansi  $0.000 < 0.05$ . Hal ini menunjukkan bahwa variabel *Store Environment* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *Store Sustainability*.
3. *Experience* (E) berpengaruh terhadap *Store Sustainability*. Berdasarkan hasil uji T, nilai T hitung sebesar  $9.176 > T$  tabel  $1.97646$  dengan nilai signifikansi  $0.000 < 0.05$ . Hal ini menunjukkan bahwa variabel *Experience* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *Store Sustainability*.
4. *Frictionless* (F) berpengaruh terhadap *Store Sustainability*. Berdasarkan hasil uji T, nilai T hitung sebesar  $10.050 > T$  tabel  $1.97646$  dengan nilai signifikansi  $0.000 < 0.05$ . Hal ini menunjukkan bahwa variabel *Frictionless* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *Store Sustainability*.

5. *Social & Responsible* (SR) berpengaruh terhadap *Store Sustainability*. Berdasarkan hasil uji T, nilai T hitung sebesar  $8.439 > T$  tabel 1.97646 dengan nilai signifikansi  $0.000 < 0.05$ . Hal ini menunjukkan bahwa variabel *Social & Responsible* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *Store Sustainability*.

## 5.2 Saran

Berdasarkan hasil analisis data dan temuan penelitian, peneliti memberikan beberapa rekomendasi yang relevan kepada perusahaan dan penelitian selanjutnya, sebagai berikut:

### 5.2.1 Saran untuk Perusahaan

1. Optimalisasi Strategi Pemilihan Produk (*Product Selection*), manajemen toko perlu memastikan produk yang dijual beragam dengan menambahkan kategori baru sesuai kebutuhan pelanggan. Fokuslah pada produk yang unik dan berkualitas tinggi, terutama yang sulit ditemukan di toko lain. Hal ini dapat meningkatkan daya tarik toko dan membuat pelanggan lebih loyal.
2. Peningkatan Lokasi dan Lingkungan Toko (*Store Environment*), memastikan lokasi toko strategis, mudah diakses, dan nyaman untuk dikunjungi. Lingkungan yang menyenangkan mendorong pelanggan untuk datang lebih sering. Tata letak dan desain interior toko juga perlu diatur dengan baik untuk menciptakan pengalaman belanja yang lebih memuaskan.
3. Penguatan Pengalaman Belanja (*Experience*), dengan memberikan pengalaman belanja yang nyaman dan menarik bagi pelanggan. Hal ini bisa dilakukan dengan melatih staf untuk meningkatkan pelayanan dan mempercantik desain toko agar lebih estetik. Langkah ini dapat membuat pelanggan merasa lebih puas.
4. Fleksibilitas Jam Operasional dan Transaksi (*Frictionless*), perpanjang atau sesuaikan jam operasional toko agar lebih fleksibel sesuai kebutuhan pelanggan. Selain itu, pastikan proses transaksi berlangsung

cepat dan efisien, termasuk menyediakan opsi pembayaran digital untuk meningkatkan kenyamanan pelanggan.

5. Tanggung Jawab Sosial (*Social & Responsible*), manajemen toko sebaiknya terus mendukung program tanggung jawab sosial, seperti mengurangi penggunaan plastik belanja dan mendukung keberlanjutan lingkungan. Selain itu, program loyalitas pelanggan serta pemberian insentif bagi pelanggan setia atau *member loyalty* juga dapat memperkuat hubungan jangka panjang dengan pelanggan.

### 5.2.2 Saran untuk Penelitian Selanjutnya

1. Perluasan Wilayah Penelitian, penelitian ini terbatas pada toko swalayan Foodhall. Peneliti berikutnya disarankan untuk memperluas wilayah penelitian ke daerah lain atau toko *retail* berbeda untuk mendapatkan wawasan yang lebih luas tentang faktor-faktor yang memengaruhi *Store Sustainability*.
2. Penambahan Variabel Penelitian, dengan *Adjusted R Square* sebesar 0.749, masih ada 25,1% faktor yang belum terjelaskan. Peneliti selanjutnya dapat menambahkan variabel seperti *customer satisfaction*, *digital engagement*, atau *competitive pricing* untuk memperkaya hasil penelitian.
3. Studi pada Jenis Toko Lain, penelitian dapat diperluas ke jenis toko *retail* lain, seperti toko khusus (*specialty*s) atau toko dengan konsep *standingalone*. Hal ini bertujuan untuk memahami bagaimana faktor seperti lokasi, pengalaman belanja, dan tanggung jawab sosial memengaruhi kinerja toko di berbagai kategori.