

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan simpulan dari hasil penelitian dan pembahasan tentang Pengaruh Marketing Mix (Produk,Harga, Promosi dan Tempat) terhadap Loyalitas Pelanggan di Matahari Bluplaza Bekasi, sebagaimana telah di uraikan pada bab sebelumnya maka diperoleh simpulan peneliti sebagai berikut:

1. Produk (X1)

Ditinjau secara parsial menunjukkan bahwa produk berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan produk *brand Expand* di Matahari Blu plaza Bekasi. Dari hasil penelitian untuk masalah strategi produk sudah tidak ada masalah. Karena strategi produk yang dikeluarkan oleh perusahaan sudah baik dan berjalan dengan benar. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik kualitas produk maka akan semakin tinggi pelanggan untuk membeli kembali produk *brand expand*, sehingga konsumen bisa loyal terhadap produk *brand expand* di Matahari Blu Plaza Bekasi.

2. Harga (X2)

Ditinjau secara parsial menunjukkan bahwa harga tidak berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan produk *brand Expand* di Matahari Blu plaza Bekasi. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi harga produk *brand expand* tidak akan mempengaruhi tingkat pelanggan yang loyal untuk melakukan pembelian ulang karena harga tidak menjadi pertimbangan bagi pelanggan produk *brand expand* di Matahari Blu Plaza Bekasi.

3. Promosi (X3)

Ditinjau secara parsial menunjukkan bahwa promosi berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan produk *brand Expand* di Matahari Bluplaza Bekasi. Dari hasil penelitian untuk masalah strategi promosi sudah tidak ada masalah. Karena strategi promosi yang dikeluarkan oleh perusahaan sudah baik dan berjalan dengan benar. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik promosi

yang di berikan terhadap produk maka akan semakin tinggi pelanggan untuk membeli kembali produk *brand expand*, sehingga konsumen bisa loyal terhadap produk *brand expand* di Matahari Blu Plaza Bekasi.

4. Tempat (X4)

Ditinjau secara parsial menunjukkan bahwa tempat tidak berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan produk *brand expand* di Matahari Blu plaza Bekasi. Pelanggan tidak pernah menjadikan tempat/lokasi sebagai bahan pertimbangan untuk mendapatkan produk-produk yang ditawarkan oleh *brand expand*. Hal ini menunjukkan bahwa baik atau buruknya suatu tempat/lokasi di Matahari Blu Plaza Bekasi maka, tidak akan mempengaruhi tingkat loyalitas pelanggan dari produk *brand expand* di Matahari Blu Plaza Bekasi.

5.2 Saran

5.2.1 Bagi *Brand Expand* di Matahari Bluplaza Bekasi

Brand Expand perlu mempertahankan variabel produk dan promosi karena variabel tersebut berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Yang harus dipertahankan terdapat pada salah satu indikator produk yakni, kualitas produk karena kualitas produk *brand expand* sudah cukup baik untuk meningkatkan loyalitas peanggan dan harus dipertahankan. Sedangkan yang harus ditingkatkan pada indikator produk design dari *brand expand* harus diperbaiki karena memiliki nilai terendah saat penelitian.

Dan untuk variabel promosi yang perlu dipertahankan terdapat pada salah satu indikator promosi yakni, diskon karena diskon yang beragam akan menjadi salah satu alasan pelanggan akan loyal terhadap produk *brand expand*. Sedangkan yang harus ditingkatkan pada indikator promosi yaitu penjualan Pribadi. Hal ini menunjukkan bahwa tidak banyak yang ingin menjual kembali produk atau menjadi reseller dari *brand expand* karena reseller adalah salah satu peluang untuk memperbanyak pelanggan yang akan loyal terhadap produk *brand expand*.

Sedangkan harga dan lokasi/tempat pada Matahari Bluplaza Bekasi tidak mempengaruhi terciptanya loyalitas pelanggan. Dengan mempertimbangkan hal tersebut diharapkan *Brand Expand* memiliki citra yang kuat dalam benak pelanggan, dengan citra yang kuat akan menciptakan kepuasan pelanggan yang mendorong dan memelihara loyalitas dari pelanggan *Brand Expand* di Matahari Bluplaza Bekasi itu sendiri.

5.2.2 Bagi Peneliti Selanjutnya

Faktor positif dan signifikan yang mempengaruhi Loyalitas Pelanggan di Matahari Bluplaza Bekasi dalam penelitian ini hanya terdiri dari empat variabel, yaitu produk, harga, promosi, dan lokasi sedangkan masih banyak faktor lain yang mempengaruhi Loyalitas Pelanggan di Matahari Bluplaza Bekasi yang perlu penelitian lebih lanjut.