

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Mengacu pada hasil pengolahan data yang sudah dilakukan analisis secara komprehensif, penelitian ini merumuskan beberapa simpulan akhir yang menggambarkan hubungan antara *Price Discount*, *Service Quality*, dan *Store Atmosphere* terhadap *Customer Satisfaction* di Alfamart Kota Surabaya. Dari pembahasan dan hasil empiris, kesimpulan utama meliputi:

1. Secara simultan, *Price Discount* (X1), *Service Quality* (X2), dan *Store Atmosphere* (X3) mempengaruhi secara signifikan *Customer Satisfaction* (Y) pada Alfamart di Kota Surabaya.
2. Pengaruh parsial positif dan signifikan dari *Price Discount* (X1) terbukti terhadap *Customer Satisfaction* (Y) pada Alfamart di Kota Surabaya.
3. *Service Quality* (X2) secara parsial berkontribusi positif dan signifikan terhadap *Customer Satisfaction* (Y) pada Alfamart di Kota Surabaya.
4. *Store Atmosphere* (X3) memberikan pengaruh parsial positif signifikan terhadap *Customer Satisfaction* (Y) pada Alfamart di Kota Surabaya.

Temuan ini menegaskan perlunya strategi terintegrasi dalam manajemen ritel untuk mengoptimalkan kepuasan pelanggan dan mendukung pertumbuhan berkelanjutan.

5.2 Saran

Rekomendasi yang disarankan penulis berdasarkan hasil analisis dan pembahasan penelitian disajikan dibawah ini:

1. Bagi Alfamart

Sebagai upaya menjaga serta memaksimalkan rasa puas pelanggan, Alfamart disarankan untuk terus meningkatkan implementasi strategi diskonnya dan memastikan efektivitasnya dalam menarik pelanggan dan memberikan nilai tambah. Pelatihan karyawan yang efektif memungkinkan staf melayani pelanggan secara antusias, ramah, dan profesional, sehingga menjadi cara utama untuk meningkatkan mutu pelayanan

Untuk menciptakan pengalaman berbelanja yang menarik, perusahaan harus mempertahankan dan mengembangkan lebih lanjut suasana toko yang bersih, rapi, dan ergonomis. Strategi komunikasi pemasaran yang efektif, termasuk penggunaan media digital untuk meningkatkan interaksi pelanggan, dapat lebih mendukung upaya ini. Melalui manajemen terpadu harga, layanan, dan ruang penjualan, Alfamart berharap dapat memperkuat loyalitas pelanggan dan meningkatkan daya saingnya di sektor ritel.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Pada studi yang akan dilakukan selanjutnya, sebaiknya memperluas cakupannya agar dapat mencakup lebih banyak fenomena dan variabel yang dapat memengaruhi kepuasan pelanggan, seperti kualitas produk, lokasi geografis, atau iklan digital, untuk meningkatkan validitas temuan. Untuk studi selanjutnya, disarankan untuk menggunakan metode campuran atau kualitatif untuk meneliti perilaku konsumen secara lebih komprehensif. Perluas studi ke wilayah lain dan lokasi ritel yang berbeda dengan

semakin besarnya jumlah sampel, semakin tinggi pula tingkat generalisasi temuan. Analisis terdiferensiasi juga akan memperkuat validitas dan reliabilitas temuan penelitian secara keseluruhan.