

BAB IV

PENUTUP

Bagian penutup ini menguraikan secara keseluruhan temuan penelitian yang telah dilakukan mengenai loyalitas pengecer terhadap Distributor Makmur Sejahtera Sragen dalam pembelian produk detergen, dengan mempertimbangkan faktor harga dan kualitas pelayanan. Selain menyajikan ringkasan temuan penelitian, penulis juga memberikan saran-saran yang dianggap berharga bagi manajemen Distributor Makmur Sejahtera agar dapat meningkatkan loyalitas pelanggan pengecer, terutama melalui evaluasi aspek harga dan kualitas pelayanan.

4.1 Kesimpulan

Hasil penelitian ini menyimpulkan secara umum mengenai pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pengecer pada Distributor Makmur Sejahtera Sragen sebagai berikut:

- a. Pada variabel harga (X1), terdapat dua indikator yang berada di bawah rata-rata, yaitu kesesuaian harga dengan layanan distribusi dan penerapan insentif bagi para pengecer. Dalam kategorisasi jawaban terhadap variabel harga, mayoritas responden (51,1%) menganggap penerapan harga sangat murah. Analisis data menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara harga dan loyalitas pengecer. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik penerapan harga, semakin tinggi loyalitas pengecer, dan sebaliknya, jika penerapan harga buruk, loyalitas pengecer cenderung rendah. Selain itu, hasil uji korelasi menunjukkan hubungan yang kuat antara harga dan loyalitas

pengecer. Variabel harga memberikan kontribusi sebesar 56,64% dalam mempengaruhi loyalitas pengecer berdasarkan hasil uji determinasi. Hasil uji t menunjukkan bahwa nilai t hitung lebih besar daripada t tabel. Oleh karena itu, hipotesis nol (H_0) ditolak dan hipotesis alternatif (H_a) diterima, yang menunjukkan adanya pengaruh signifikan antara harga dan loyalitas pengecer terhadap Distributor Makmur Sejahtera Sragen.

- b. Untuk variabel Kualitas Pelayanan (X_2), hasil jawaban dari responden menunjukkan bahwa terdapat 3 item yang berada di bawah rata-rata, yaitu jaminan bahwa layanan distribusi datang tepat waktu sesuai yang dijanjikan (*assurance*), ketanggapan dalam memberikan layanan (*responsiveness*), dan kemampuan sarana dan prasarana dalam mengakomodasi kegiatan distribusi (*tangible*). Penyebab umum dari keberadaan variabel tersebut di bawah rata-rata adalah persepsi pengecer bahwa layanan yang diberikan oleh Distributor Makmur Sejahtera Sragen masih standar dan tidak terlihat secara signifikan lebih baik daripada distributor lainnya. Namun, secara umum, responden merasa bahwa pelayanan yang diberikan sudah baik karena kekurangan dalam layanan tersebut tidak menimbulkan gangguan yang signifikan, dan Distributor Makmur Sejahtera mampu memenuhi permintaan khusus atas suplai detergen dari responden. Dalam kategorisasi jawaban terhadap variabel Kualitas Pelayanan, mayoritas responden (53%) menganggap penerapan pelayanan sebagai baik (skala ke-4). Hasil analisis data menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan antara kualitas pelayanan dan loyalitas pengecer. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik penerapan kualitas pelayanan, semakin

tinggi loyalitas pengecer, dan sebaliknya, jika penerapan kualitas pelayanan buruk, loyalitas pengecer cenderung rendah. Selain itu, hasil uji korelasi menunjukkan adanya hubungan yang kuat antara kualitas pelayanan dan loyalitas pengecer. Variabel kualitas pelayanan memberikan kontribusi sebesar 58,98% dalam mempengaruhi loyalitas pengecer berdasarkan hasil uji determinasi. Hasil uji t menunjukkan bahwa nilai t hitung lebih besar daripada t tabel. Oleh karena itu, hipotesis nol (H_0) ditolak dan hipotesis alternatif (H_a) diterima, yang menunjukkan adanya pengaruh signifikan antara kualitas pelayanan dan loyalitas pengecer terhadap Distributor Makmur Sejahtera Sragen.

- c. Untuk variabel Loyalitas Pengecer (Y), hasil jawaban dari responden menunjukkan bahwa terdapat 2 item yang berada di bawah rata-rata, yaitu keaktifan dan antusiasme pengecer dalam berlangganan produk detergen dari Distributor Makmur Sejahtera serta tingkat kesediaan pengecer untuk merekomendasikan Distributor Makmur Sejahtera. Penyebab dari keberadaan variabel tersebut di bawah rata-rata umumnya adalah kurangnya antusiasme pengecer yang signifikan. Meskipun pengecer merasa bahwa pemberian produk dan layanan yang diberikan oleh Distributor Makmur Sejahtera Sragen sudah baik, mereka tidak merasa perlu merekomendasikan Distributor Makmur Sejahtera Sragen kepada pengecer lain. Dalam kategorisasi jawaban terhadap variabel Loyalitas Pengecer, mayoritas responden (60%) menganggap penerapan pelayanan sudah baik (skala ke-4). Hasil analisis data menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan antara harga (X_1) dan

kualitas pelayanan (X2) terhadap loyalitas pengecer (Y) pada Distributor Makmur Sejahtera Sragen. Artinya, jika secara simultan harga dan kualitas pelayanan diterapkan dengan lebih baik, maka loyalitas pengecer akan semakin tinggi. Sebaliknya, jika penerapan harga dan kualitas pelayanan dilakukan dengan buruk, loyalitas pengecer cenderung rendah. Koefisien korelasi menunjukkan hubungan yang kuat antara penerapan harga dan kualitas pelayanan dengan loyalitas pengecer. Koefisien determinasi menunjukkan bahwa harga dan kualitas pelayanan memberikan kontribusi sebesar 81,7% terhadap loyalitas pengecer secara simultan. Hasil uji F menunjukkan bahwa nilai F hitung lebih besar daripada nilai F tabel. Oleh karena itu, hipotesis alternatif (Ha) diterima dan hipotesis nol (Ho) ditolak. Dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara penerapan harga dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pengecer pada Distributor Makmur Sejahtera Sragen.

4.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pengecer pada Distributor Makmur Sejahtera Sragen, peneliti memberikan beberapa saran sebagai pertimbangan:

- a. Dalam konteks indikator variabel harga, terdapat dua indikator yang menunjukkan performa di bawah rata-rata. Sebagai saran, Distributor Makmur Sejahtera dapat mempertimbangkan langkah-langkah berikut. Pertama, ada problem dalam hal kesesuaian harga dengan layanan distribusi dari perspektif pengecer. Untuk mengatasi hal ini, Distributor Makmur

Sejahtera perlu melakukan evaluasi terhadap proses distribusi yang dilakukan guna mengidentifikasi aspek yang perlu diperbaiki agar kegiatan distribusi di masa depan dapat memenuhi ekspektasi para pengecer yang menjadi pelanggan tetap. Kedua, terkait masalah insentif yang dianggap kurang signifikan oleh para pengecer, distributor perlu melakukan penyesuaian yang lebih mendalam agar insentif yang diberikan tepat sasaran. Dalam hal ini, penting untuk menyelaraskan insentif tersebut dengan kebutuhan penjualan para pengecer, sehingga memberikan dampak yang lebih signifikan. Selain itu, Distributor Makmur Sejahtera Sragen perlu memikirkan strategi yang lebih efektif untuk membuat program insentif terlihat lebih menguntungkan. Salah satu contohnya adalah memberikan insentif tambahan apabila pengecer berhasil mencapai target penjualan tertentu dalam satu bulan.

- b. Dalam konteks evaluasi kualitas layanan, ada tiga faktor yang menunjukkan performa yang di bawah standar, yaitu masalahantisipasi keterlambatan layanan, kurangnya daya tanggap, dan sarana prasarana kegiatan distribusi yang kurang memadai. Untuk mengatasi masalah-masalah ini, Distributor Makmur Sejahtera Sragen perlu berfokus pada perbaikan aspek-aspek yang masih kurang memuaskan. Pertama, Distributor Makmur Sejahtera Sragen harus meningkatkan konsistensi layanan dengan mengantisipasi faktor-faktor yang menyebabkan keterlambatan, seperti cuaca buruk saat musim hujan. Pada saat seperti itu, permintaan akan produk deterjen meningkat karena ada genangan air dan tanah yang membuat pakaian mudah kotor. Akibatnya, stok produk deterjen sering habis di tangan pengecer. Jika cuaca buruk menjadi

penyebab utama keterlambatan, distributor dapat memperbaiki transportasi distribusi dengan menggunakan peralatan pelindung yang lebih baik, sehingga pengiriman tetap dapat dilakukan meskipun hujan deras. Namun, jika solusi tersebut tidak praktis, disarankan agar distributor berkoordinasi dengan pengecer untuk menyetorkan pesanan dalam jumlah yang lebih besar saat cuaca buruk, sehingga distributor dapat melakukan pengiriman yang mencukupi untuk jangka waktu yang lebih lama tanpa harus berkali-kali melakukan pengiriman. Kedua, Distributor Makmur Sejahtera Sragen harus lebih responsif terhadap permintaan dan keluhan pengecer. Pengecer merasa bahwa layanan responsif yang diberikan masih kurang baik. Oleh karena itu, tim Distributor Makmur Sejahtera Sragen perlu merespons permintaan dan keluhan pengecer yang berlangganan dengan lebih cepat dan efisien, sehingga pelayanan yang diberikan secara signifikan lebih baik daripada pesaing. Selanjutnya, untuk mengatasi kendala sarana dan prasarana yang menyebabkan miskomunikasi, Distributor Makmur Sejahtera dapat mencoba menyusun format pesanan tertulis yang lebih jelas dan terstruktur bagi para pengecer. Dengan menggunakan format pesanan yang telah disiapkan oleh distributor, diharapkan tercipta pemahaman yang seragam antara distributor dan pengecer mengenai harapan dan kebutuhan yang diinginkan. Distributor Makmur Sejahtera juga perlu memastikan bahwa penataan barang yang dikirimkan kepada pengecer sudah tertata dengan rapi dan diantarkan dengan kondisi kendaraan yang prima.

- c. Berdasarkan hasil yang diperoleh, terdapat dua masalah yang perlu diselesaikan terkait loyalitas pengecer, yaitu antusiasme pengecer untuk terus berlangganan dan kesediaan pengecer untuk merekomendasikan Distributor Makmur Sejahtera Sragen. Untuk mengatasi masalah pertama, solusinya dapat melalui pengadaan insentif yang dapat mendorong pengecer untuk tetap aktif berlangganan. Sebagai contoh, apabila pengecer berhasil menjual produk deterjen dengan jumlah tertentu, perusahaan dapat memberikan insentif sebagai dorongan untuk meningkatkan antusiasme pengecer. Sementara itu, masalah kedua terkait kesediaan pengecer untuk merekomendasikan Distributor Makmur Sejahtera kepada pengecer lain masih rendah, karena pengecer merasa bahwa tidak ada urgensi untuk melakukannya. Dalam menghadapi masalah ini, Distributor Makmur Sejahtera Sragen dapat meningkatkan loyalitas pengecer yang berlangganan dengan menciptakan kesadaran akan urgensi di antara pengecer tentang manfaat dan nilai tambah dari merekomendasikan Distributor Makmur Sejahtera kepada pengecer lain. Distributor dapat mendorong rekomendasi dengan mengembangkan program penghargaan atau insentif khusus bagi pengecer yang berhasil merekomendasikan distributor kepada pengecer lain. Dengan demikian, Distributor Makmur Sejahtera Sragen dapat meningkatkan loyalitas pengecer yang berlangganan dan memperkuat posisinya dalam industri distribusi.
- d. Berdasarkan hasil penelitian ini, terdapat beberapa saran yang dapat diberikan kepada para peneliti yang akan melakukan penelitian di masa mendatang.

Para peneliti dapat mempelajari faktor-faktor yang mempengaruhi penjualan produk deterjen di toko-toko pengecer. Hal ini dapat melibatkan analisis yang lebih mendalam tentang preferensi konsumen, penyesuaian insentif, peningkatan kualitas pelayanan, peningkatan komunikasi dan koordinasi, serta upaya meningkatkan tingkat rekomendasi dari pelanggan terhadap perusahaan distribusi. Dengan memahami faktor-faktor ini, peneliti dapat mengetahui bagaimana perusahaan distribusi dapat meningkatkan penjualan dengan menyediakan produk yang sesuai dengan kebutuhan dan preferensi pasar, menjamin pelayanan yang memuaskan, serta meningkatkan jangkauan pasar melalui loyalitas pengecer yang berlangganan kepada distributor tersebut. Selain itu, penelitian di masa mendatang juga dapat meneliti faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi loyalitas pengecer selain harga dan kualitas pelayanan. Faktor seperti keberlanjutan pasokan, inovasi produk, dan dukungan pemasaran dapat menjadi fokus penelitian yang menarik. Dengan memahami bagaimana faktor-faktor ini mempengaruhi loyalitas pengecer, perusahaan distribusi dapat mengembangkan strategi yang lebih holistik untuk mempertahankan dan meningkatkan hubungan dengan para pengecer. Dalam penelitian di masa mendatang, juga penting untuk melibatkan sampel yang lebih representatif dan meluas serta menggunakan metodologi penelitian yang tepat. Hal ini akan memastikan bahwa hasil penelitian memiliki keandalan yang tinggi dan dapat memberikan kontribusi yang berarti bagi pengembangan strategi bisnis perusahaan distribusi. Dengan menerapkan saran-saran ini, diharapkan penelitian di masa mendatang dapat

memberikan wawasan yang lebih mendalam tentang faktor-faktor yang mempengaruhi penjualan dan loyalitas pengecer, serta memberikan kontribusi nyata dalam pengembangan strategi bisnis dalam industri distribusi.