

PENGARUH SUASANA TOKO DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA TOKO LAB ART AROMATIQUE PERFUME JAMSAREN

Rendy Setiawan¹, Deby Santyo Rusandy², Anita Sumelvia Dewi³

Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Kadiri

rendystwn76@gmail.com, debyrusandy9@gmail.com,

anitasumelviadewiazka@gmail.com

ABSTRACT

The issues raised in this research are problems marketing management that focuses on store atmosphere and service quality on customer loyalty. The aim of the research is to determine and analyze the influence of store atmosphere and service quality on customer loyalty, both partially and simultaneously. The research uses a quantitative approach, the population in this research is the customers the researchers met at the Lab Art Aromatique Perfume shop with a sample of 85 respondents. Data collection uses questionnaire instruments and data analysis techniques through validity, reliability, classical assumption tests, multiple linear regression tests and research hypothesis tests. Based on the research results, the regression equation $Y = 6.461 + -0.401X_1 + 0.692X_2$ was obtained. Based on the research hypothesis, it was found that: 1) Store atmosphere partially has a significant effect on customer loyalty, as seen from the significant value of $0.000 < 0.05$ so that the first hypothesis can be accepted. 2) Service Quality partially has a significant effect on Customer Loyalty, as evidenced by the significant value of $0.000 < 0.05$ so that the second hypothesis can be accepted. 3) Store atmosphere and service quality simultaneously have a significant effect on customer loyalty at the Art Aromatique Perfume Jamsaren Lab Store, as can be seen from the significant F test of $0.000 < sig. 0.05$ so that the fourth hypothesis can be accepted.

Keywords: *Store atmosphere, service quality, customer loyalty*

ABSTRAK

Permasalahan yang diangkat dalam penelitian ini adalah mengenai masalah manajemen pemasaran yang berfokus pada suasana toko dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan. Tujuan penelitian untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Suasana Toko Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan baik secara parsial maupun simultan. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif, populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan yang ditemui peneliti di toko *Lab Art Aromatique Perfume* dengan sampel sebanyak 85 responden. Pengumpulan data menggunakan instrument kuisisioner dan teknik analisis data melalui uji validitas,

reliabilitas, uji asumsi klasik, uji regresi linear berganda dan uji hipotesis penelitian. Berdasarkan hasil penelitian diperoleh temuan hasil persamaan regresi $Y = 6,461 + -0,401X_1 + 0,692X_2$. Berdasarkan hipotesis penelitian diperoleh bahwa: 1) Suasana Toko secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan, terlihat dari nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$ sehingga Hipotesis pertama dapat diterima. 2) Kualitas Pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan, terbukti dari nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$ sehingga Hipotesis kedua dapat diterima. 3) Suasana Toko dan Kualitas Pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Toko *Lab Art Aromatique Perfume* Jamsaren, terlihat dari signifikan uji F sebesar $0,000 < sig. 0,05$ sehingga Hipotesis keempat dapat diterima.

Kata Kunci : Suasana Toko, Kualitas Pelayanan, Loyalitas pelanggan

Pendahuluan

Persaingan teknologi dan ilmu pengetahuan pada saat ini semakin bertambah ketat. Pernyataan tersebut diketahui dari kemajuan ekonomi dalam bidang bisnis serta perubahan budaya dan gaya hidup masyarakat yang ada di Indonesia. Persaingan pada saat ini untuk memenuhi kebutuhan konsumen, pebisnis ritel harus mempunyai suatu keunggulan di bisnis tersebut. Perusahaan dalam melakukan usahanya pasti selalu berurusan dengan produk barang atau jasa, yaitu untuk mencapai keuntungan yang optimal. Pebisnis harus jeli dalam melihat peluang usaha dan memperoleh keuntungan optimal, yang dapat dijadikan sebagai tolak ukur dalam membuat bisnis.

Bisnis retail merupakan bisnis penjual yang bisa dibeli oleh pelanggan secara eceran atau satuan, yang difungsikan oleh pelanggan untuk dikonsumsi secara pribadi dan tidak diperjualkan kembali. Banyaknya usaha bisnis pada saat ini membuat persaingan antar pebisnis ritel menjadi tantangan tersendiri bagi para pengusaha untuk menjaga konsumennya agar tidak membeli dari tempat lain dikarenakan konsumen merupakan aset penting bagi pebisnis ritel. Oleh karena itu perusahaan harus bisa menciptakan tampilan yang unik dan keunikan dari perusahaan lain untuk membangun loyalitas pelanggan. Sehingga mereka menunjukkan keunggulan dalam usaha yang dipimpin untuk keberlanjutan.

Loyalitas pelanggan merupakan kesetiaan yang dipegang konsumen untuk membeli atau kembali mendukung produk atau layanan yang disukai di

masamendatang, bahkan ketika ada pengaruh situasi dan upaya pemasaran berpotensi menyebabkan pelanggan beralih mereka tetap setia dan melakukan pembelian produk (Kotler dan Keller, 2016). Loyalitas pelanggan akan menjadi kunci sukses dalam keunggulan bersaing dan bisa dapat digunakan sebagai sarana promosi gratis dari konsumen yang loyal ke teman atau keluarganya dan akan membuat keuntungan dalam kelanjutan bisnis dalam jangka panjang perusahaan. Salah satu faktor agar konsumen bisa tertarik adalah dengan menciptakan suasana toko yang diharapkan pelanggan agar mereka bisa merasa senang saat sedang melakukan pembelian.

Suasana toko adalah suasana atau lingkungan toko yang dapat merangsang atau mendorong panca indera konsumen serta mempengaruhi persepsi dan emosi mereka tentang sebuah toko (Berman dan Evan dalam Ryan et al., 2013). Atmosfer yang dimaksud seperti warna, musik, pencahayaan dan penciuman yang bisa mempengaruhi perilaku konsumen. Suasana tempat yang mendominasi terhadap pelanggan akan membuat perasaan senang dan akan melakukan pembelian dengan senang hati. Hasil penelitian dari (Susilawati & Nugraha, 2016) menunjukkan bahwa suasana toko terdapat pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Kualitas pelayanan adalah seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas layanan yang mereka terima/peroleh (Parasuraman, 2014). Kualitas pelayanan bisa memberikan hal positif pada usaha ritel karena kualitas pelayanan bisa meningkatkan pendapatan usaha tersebut di karenakan kenyamanan dalam pelayanan yang membuat pelanggan melakukan pembelian ulang dan bisa membuat pertimbangan sampai kapan usaha tersebut bisa terus memberikan pelayanan yang nyaman kepada konsumennya. Seperti karyawan yang cekatan dalam menampilkan suatu produk yang di jual, paham terhadap produk apa yang mereka jual, dan bisa berkomunikasi dengan baik. Hasil penelitian dari (Rachman & Wardhana, 2021) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan terhadap pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti ini bertempat di *Lab Art Aromatique Perfume* di daerah Jamsaren Kota Kediri. *Lab Art Aromatique Perfume* ini selain di Kota Kediri mereka juga mempunyai cabang lain di Jawa Timur, yaitu di daerah Malang dan Madiun. Dengan adanya cabang di beberapa kota besar di harapkan *Lab Art Aromatique Perfume* bisa di kenal oleh banyak orang di setiap kota. Permasalahan dari hasil pengamatan peneliti pada suasana toko adalah pada bagian depan toko yang sulit untuk akses parkir karena tempat parkir yang berada di trotoar dan lokasi toko yang sulit ditemukan. Bagian dalam toko penerapan *display* produk yang memakan ruang dan mengakibatkan tempat menjadi terlihat sempit. Hal ini mungkin bisa membuat pelanggan di tempat tersebut akan merasa tidak nyaman dan mereka tidak ingin berlama-lama dikarenakan toko yang sempit ketika mereka berada di toko

dalam keadaan ramai. Dekorasi yang terlalu ramai seperti hiasan dinding yang terlalu meriah membuat ruangan terlihat penuh dan pelanggan merasa risih. Masalah lain juga muncul dari kualitas pelayanan yang di berikan di toko. Pada toko *Lab Art Aromatique Perfume* terdapat SOP (Standar Operasional Prosedur) S3 yaitu salam, senyum, sapa. Terkadang karyawan ketika melayani pelanggan yang hendak membeli tidak memberikan S3 tersebut kepada pelanggan, terkadang juga ada karyawan yang malah terkesan tidak ramah kepada pelanggan dengan menunjukan sifat cuek. Seringnya terjadi pergantian shift kerja juga membuat pelanggan merasa tidak nyaman karena perbedaan pelayanan yang diberikan seperti ketika pelanggan sudah merasa senang atau cocok dengan karyawan A kemudian pada saat melakukan pembelian kembali di toko tersebut pelanggan sudah tidak menemukan karyawan A dan diganti dengan karyawan lain yang memiliki pelayanan berbeda. Dari beberapa hal tersebut, membuat para pelanggan menjadi tidak loyal terhadap toko parfum.

Berdasarkan permasalahan yang telah di jelaskan di atas, maka peneliti berminat untuk mengambil objek di *Lab Art Aromatique Perfume* Kediri untuk melakukan pembuktian dengan judul penelitian sebagai berikut: "Pengaruh Suasana Toko Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Toko *Lab Art Aromatique Perfume* Jamsaren Kediri "

Tinjauan Pustaka

Manajemen Pemasaran

Assauri dalam (Syahputra, 2022) menjelaskan bahwa manajemen pemasaran merupakan kegiatan penganalisaan perencanaan, pelaksanaan, dan pengendalian program – program yang dibuat untuk membentuk, membangun, dan memelihara, keuntungan dari pertukaran melalui sasaran pasar guna mencapai tujuan organisasi dalam jangka panjang

Konsep Pemasaran

Menurut Kotler dan Keller dalam (Hendrawan et al., 2020) konsep pemasaran menegaskan bahwa kunci untuk mencapai tujuan organisasi yang ditetapkan adalah perusahaan tersebut harus menjadi lebih efektif dibandingkan para pesaing dalam menciptakan menyerahkan, dan mengkomunikasikan nilai pelanggan kepada pasar sasaran yang terpilih.

Suasana Toko

Suasana toko menurut M. Ma'Ruf Amin (2014) adalah suasana di dalam toko yang menciptakan perasaan tertentu pada pelanggan, yang tercipta dari penggunaan elemen desain interior seperti pencahayaan, suara, AC, dan layanan.

Kualitas Pelayanan

Menurut Kotler (2019) Kualitas pelayanan merupakan bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat pelayanan yang diterima dengan tingkat pelayanan yang diharapkan.

Loyalitas Pelanggan

Hasan (2014) mengatakan bahwa loyalitas pelanggan adalah orang yang membeli barang atau jasa secara teratur dan berulang kali dan selalu datang ke tempat yang sama secara terus menerus dan berulang kali untuk memuaskan keinginannya dengan cara memiliki produk atau jasa dan membayar produk tersebut.

Metode Penelitian

Pada penelitian ini peneliti menggunakan penelitian kuantitatif. Menurut Sugiyono (2018) Kuantitatif merupakan metode penelitian yang berlandaskan *positivistic* (data konkrit), data penelitian berupa angka-angka yang akan di ukur menggunakan statistik sebagai alat uji penghitungan, berkaitan dengan masalah yang diteliti untuk menghasilkan suatu kesimpulan.

Menurut Sugiyono (2017) menyatakan populasi adalah suatu wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang ditentukan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan yang melakukan pembelian di *Lab Art Aromatique Perfume* Jamsaren Kediri sebanyak 580 didapatkan dari hasil observasi pada bulan desember 2022.

Menurut Sugiyono (2018) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik populasi. Jika populasi besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka penelitian dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi tersebut. Dapat diartikan jadi jika populasi penelitian terlalu besar, maka tidak mungkin penelitian akan mempelajari semua populasi tersebut dikarenakan keterbatasan waktu, dana, dan tenaga. Maka dari itu peneliti menggunakan 85 sampel yang diambil dari populasi tersebut.

Hasil dan pembahasan

Uji Analisis Statistik Inferensial

1. Uji Validitas

Tabel 1
Hasil Uji Validitas

Item Pernyataan	Hasil Sig.	Ketentuan	Keputusan
Item 1 – X1	0.000	Nilai Sig. Berada < 0,05	Seluruh item kuisisioner variabel X1 dinyatakan valid
Item 2 – X1	0.000		
Item 3 – X1	0.000		
Item 4 – X1	0.000		
Item 5 – X1	0.000		
Item 6 – X1	0.000		
Item 1 – X2	0.000	Nilai Sig. instrumen X2 <0,05	Seluruh item kuisisioner variabel X2 dinyatakan valid
Item 2 – X2	0.000		
Item 3 – X2	0.000		
Item 4 – X2	0.000		
Item 5 – X2	0.000		
Item 6 – X2	0.000		
Item 7 – X2	0.000		
Item 8 – X2	0.000		
Item 1 – Y	0.000	Nilai Sig. instrumen Y <0,05	Seluruh item kuisisioner variabel Y dinyatakan valid
Item 2 – Y	0.000		
Item 3 – Y	0.000		
Item 4 – Y	0.000		
Item 5 – Y	0.000		
Item 6 – Y	0.000		

Sumber : Data Diolah Peneliti, 2023

Berdasarkan pada tabel 1 di atas, maka dapat dijelaskan bahwa item pernyataan variabel suasana toko (X1) sebanyak 6 item diperoleh nilai signifikansi r hitung < 0,05 hal ini berarti seluruh item tersebut dinyatakan valid. Item pernyataan variabel kualitas pelayanan (X2) sebanyak 8 item diperoleh nilai signifikansi r hitung < 0,05 hal ini berarti seluruh item tersebut dinyatakan valid. Item pernyataan variabel loyalitas pelanggan (Y) berada pada nilai r hitung < 0,05 maka dinyatakan valid. Secara keseluruhan seluruh item kuisisioner dapat disimpulkan valid dan layak dilanjutkan untuk pengujian lebih lanjut.

2. Uji Reliabilitas

Tabel 2

Hasil Uji Reliabilitas

No	Variabel	Alpha Cronbach	Keterangan
1	Suasana toko	0,758	Relieabel
2	Kualitas pelayanan	0,748	Relieabel
3	Loyalitas pelanggan	0,745	Relieabel

Sumber : Data Diolah Peneliti, 2023

Pada tabel 2 di atas, hasil uji reliabilitas ini diketahui bahwa seluruh variabel mempunyai *cronbach's alpha* > 0,60 , maka dapat diartikan seluruh faktor reliabel dan baik sebagai alat ukur dalam hipotesis penelitian.

Uji Asumsi Klasik**1. Uji Normalitas**

Tabel 3
Hasil Uji Normalitas

	Unstandardized Predicted Value
N	85
Normal Parameters ^{a,b} Mean	0000000
Std. Deviation	1,735291553
Most Extreme Absolute Differences	,083
Positive	,083
Negative	-,072
Test Statistic	,083
Asymp. Sig. (2-tailed)	,200 ^{c,d}

Sumber : Data Diolah Peneliti, 2023

Berdasarkan data di atas diketahui bahwa hasil dari nilai sig atau nilai probabilitas $0,200 > 0,05$ sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa data normal.

2. Uji Multikolinieritas

Tabel 4
Hasil Uji Multikolinieritas

Variabel Penelitian	Toleranc e	VIF	Kesimpulan
Suasana Toko	0,781	1.280	Tidak terjadi Multikolinieritas
Kualitas Pelayanan	0,781	1.280	Tidak terjadi Multikolinieritas

Sumber : Data Diolah Peneliti , 2023

Berdasarkan tabel 4 di atas, maka dapat diambil kesimpulan bahwa nilai *tolerance* variabel independen yang meliputi suasana toko sebesar 0,781, promosi sebesar 0,781 .Sedangkan nilai VIF untuk X1 sebesar 1,280 dan X2 sebesar 1,280 untuk seluruh variabel < 10,0. Maka keseluruhan data pada variabel bebas maupun terikat tidak terdapat multikolinieritas.

3. Uji Linearitas

Tabel 5
Hasil Uji Linearitas

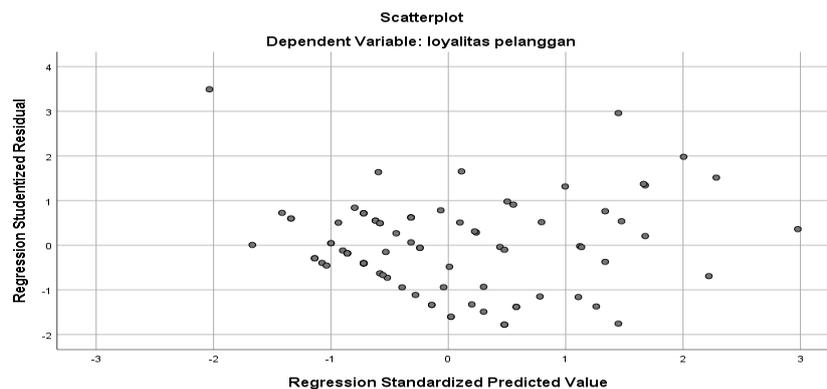
No	Variabel	Sig	Keterangan
1	Suasana toko	0,237	Linear
2	Kualitas pelayanan	0,134	Linear

Sumber : Data Diolah Peneliti, 2023

Berdasarkan tabel 5 di atas, dapat dijelaskan bahwa hasil uji linearitas setiap item antara variabel suasana toko (X1) mempunyai nilai sebesar 0,237. Nilai reliabilitas variabel kualitas pelayanan (X2) sebesar 0,134. Berdasarkan ketentuan dapat disimpulkan nilai keseluruhan variabel lebih dari 0,05. Hal ini dapat diartikan bahwa data hasil angket seluruh variabel penelitian memiliki tingkat linearitas yang baik, atau dengan kata lain data hasil angket tersebut linear. Hasil tersebut menandakan data hasil penyebaran kuesioner layak untuk di uji lebih lanjut.

4. Uji Heteroskedastisitas

Gambar 1
Hasil Uji Heteroskedastisitas



Pada gambar 1 di atas menjelaskan hasil sebaran data instrumen angket menggunakan *scatter plot* di dalam sebuah penelitian. Hasil sebaran menunjukkan bahwa data tersebut menyebar mengikuti garis sumbu 0 berada di atas dan di bawah garis sumbu maka dapat disimpulkan data yang digunakan tidak terjadi kesamaan varian data (heteroskedastisitas). Maka data pada variabel suasana toko dan kualitas pelayanan dapat dilanjutkan untuk melakukan analisis berikutnya dalam memprediksi loyalitas pelanggan.

Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 6
Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Variabel	B	T _{hitung}	T _{tabel}	Sig. t	Keterangan
Suasana toko	-0,401	-6,659	1,989	0.000	Ha1 diterima
Kualitas pelayanan	0.692	14,641	1,989	0.000	Ha2 diterima
Konstanta (a)					6,461
R					0,851
R Square (R ²)					0,723
F _{hitung}					107,202
Sig. F _{hitung}					0,000
F _{tabel}					3,108

Sumber : Data diolah Peneliti, 2023

Berdasarkan tabel 6 di atas, maka diperoleh persamaan regresi pada penelitian ini yaitu: $Y = a - \beta_1.X_1 + \beta_2.X_2 + e$. Dari rumus tersebut diperoleh $Y = 6,461 - 0,401X_1 + 0,692X_2$. Hasil ini dapat dijabarkan sebagai berikut :

- 1) Bahwa nilai konstanta (a) sebesar 6,461. Artinya jika variabel bebas yang meliputi suasana toko dan kualitas pelayanan tidak mengalami perubahan sebesar 1 satuan, maka besarnya loyalitas pelanggan sebesar 6,461 satuan.
- 2) Nilai koefisien regresi X_1 sebesar -0,401. Hal ini dapat diartikan bahwa nilai tersebut negatif, bila variabel suasana toko mengalami perubahan 1 satuan maka besarnya loyalitas pelanggan akan meningkat sebesar 0,401 satuan.
- 3) Nilai koefisien regresi X_2 sebesar 0,692. Hal ini dapat diartikan bahwa nilai tersebut positif, apabila variabel kualitas pelayanan mengalami perubahan 1 satuan maka besarnya loyalitas pelanggan akan meningkat sebesar 0,692 satuan

Uji Koefisien Determinan (R^2)

Berdasarkan tabel 6 di atas, Berdasarkan tabel 4.15 di atas, dapat dijabarkan hasil perhitungan mengenai koefisien determinan. Apabila nilai R^2 mendekati angka 1, maka hubungan variabel bebas terhadap loyalitas pelanggan dapat dikatakan sangat kuat. Hasil tersebut disajikan sebagai berikut :

- (1) Nilai Korelasi (R) sebesar 0,851 artinya hubungan antara Suasana toko (X_1), Kualitas pelayanan (X_2) terhadap Loyalitas pelanggan (Y) dalam kategori sedang/cukup kuat.
- (2) Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,723. Artinya besarnya pengaruh Suasana toko (X_1), Kualitas pelayanan (X_2) terhadap Loyalitas pelanggan (Y) sebesar 72,3% sedangkan sisanya berasal dari variabel dan indikator lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

Uji Hipotesis

1. Uji t

Tabel 7
Hasil Uji t

Hipotesis	Hasil Analisis Data	Keterangan
Diduga Suasana toko (X_1) berpengaruh secara parsial terhadap Loyalitas pelanggan	t_{hitung} sebesar 6,659 > t_{tabel} sebesar 1,663 Signifikan. $t (0,000) <$ 0,05 (One-Tailed)	Ha1 Diterima

(Y)		
Diduga Kualitas pelayanan (X2) berpengaruh secara parsial terhadap Loyalitas pelanggan (Y)	t_{hitung} sebesar 14,641 > t_{tabel} sebesar 1,989 Signifikan. t (0,000) < 0,05	Ha2 Diterima

Sumber : Data diolah Peneliti, 2023

Berdasarkan tabel 7 di atas, maka hipotesis secara parsial dalam penelitian ini dapat disajikan melalui hasil perhitungan nilai uji t sebagai berikut :

1. Uji t variabel Suasana toko (X_1).

Pada variabel suasana toko mempunyai nilai t_{hitung} negatif sebesar -6,659 dan memiliki nilai signifikan sebesar $(0,000) < 0,05$. Sehingga perhitungan t_{tabel} pada variabel ini dengan menggunakan 1 sisi (*one-tailed*) dan diperoleh nilai t_{tabel} sebesar 1,663 . Jadi pada variabel suasana toko (X_1) t_{hitung} sebesar 6,659 > t_{tabel} sebesar 1,663 dan nilai sig sebesar $(0,000) < 0,05$ bermakna H_0 ditolak dan H_a diterima , yang artinya secara parsial terdapat pengaruh yang signifikan antara Suasana Toko (X_1) dan Loyalitas Pelanggan (Y) di toko Lab Art Aromatique Perfume Jamsaren.

2. Uji t variabel Kualitas pelayanan (X_2)

Hasil perhitungan nilai t_{hitung} sebesar 14,641 > t_{tabel} sebesar 1,989 dan signifikan. t (0,000) < 0,05 bermakna H_0 ditolak dan H_a diterima, yang artinya secara parsial terdapat pengaruh yang signifikan antara Kualitas Pelayanan (X_2) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) di toko Lab Art Aromatique Perfume Jamsaren.

2. Uji F

Tabel 8
Hasil Uji F

Hipotesis	Hasil Analisis Data	Keterangan
Diduga Suasana toko (X_1) dan Kualitas pelayanan (X_2) berpengaruh secara simultan terhadap	F_{hitung} sebesar 107,202 > F_{tabel} sebesar 3,11 Signifikan. t (0,000) < 0,05	Ha3 Diterima

Loyalitas pelanggan (Y)		
----------------------------	--	--

Sumber : Hasil Output SPSS , 2023

Berdasarkan tabel 8 diatas, menunjukkan bahwa Fhitung sebesar 107,202 > Ftabel sebesar 3,11 dengan nilai signifikan F sebesar 0,000 < sig. 0,05. Berdasarkan perhitungan tersebut, maka dapat dijelaskan bahwa H_a diterima dan H_o ditolak. Hal tersebut dapat dijelaskan bahwa Suasana toko (X_1) dan Kualitas pelayanan (X_2) secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas pelanggan (Y) di toko Lab Art Aromatique Perfume Jamsaren.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pelaksanaan penelitian yang berjudul "Pengaruh Suasana Toko Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas pelanggan Pada Toko Lab Art Aromatique Perfume Jamsaren" dengan melakukan pendekatan secara kuantitatif serta analisis dan pembahasan yang telah dilaksanakan pada bab sebelumnya, maka dapat disampaikan beberapa kesimpulan dari penelitian ini yakni :

1. Suasana toko secara parsial berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan di toko parfum Lab Art Aromatique Perfume Jamsaren.
2. Kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan di toko parfum *Lab Art Aromatique Perfume Jamsaren*.
3. Suasana toko dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan di toko parfum Lab Art Aromatique Perfume Jamsaren.

SARAN

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan dan kesimpulan yang telah diperoleh, maka saran yang dapat disampaikan sebagai berikut :

1. Bagi perusahaan

Hasil dari penelitian dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan oleh perusahaan dalam mengambil keputusan dimasa yang akan datang melalui:

- 1) Pihak toko hendaknya menambah papan nama toko yang menghadap ke jalan agar memudahkan pelanggan dalam menemukan toko. Perluasan akses parkir juga dibutuhkan agar pelanggan mudah meletakkan kendaraannya

serta penyusunan etalase parfum yang lebih memperhatikan pada aspek kenyamanan dan keamanan pelanggan.

- 2) Bagi pihak pengelola toko sebaiknya selalu meningkatkan pelatihan kepada setiap karyawannya agar lebih mampu dalam melayani pelanggan dan selalu bersikap ramah serta sopan kepada pelanggan sehingga mereka merasa puas atas pelayanan yang telah diberikan.

2. Bagi Akademik

Bagi akademisi hasil penelitian ini dapat dijadikan bahan referensi tambahan dalam memahami faktor-faktor apa saja yang menjadi penguatan strategi pemasaran suatu bisnis ritel, khususnya mengenai suasana toko dan kualitas pelayanan.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan dapat menambah variabel lain yang dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan seperti kualitas produk, harga dan kemudahan.

DAFTAR PUSTAKA

- Hendrawan, A., Suchyowati, H., & Laras, T. (2020). Analisis Strategi Pemasaran Dengan Pendekatan Marketing Mix. *Manajemen Dan Ekonomi*, 3(1), 55–72.
- Kotler, Amstrong. (2016). *Principles of Marketing Sixteenth Edition Global Edition*. England. Pearson Education Limited.
- Rachman, H. F., & Wardhana, A. (2021). Pengaruh Store Atmosphere Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan (studi Pada Konsumen Kopi Patok Di Kota Tasikmalaya). *EProceedings ...*, 8(4), 3740–3750. <https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management>
- Ryan, Cooper, & Tauer. (2013). Pengaruh Store Atmosphere terhadap Kepuasan Konsumen. *Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents*, 12–26.
- Susilawati, W., & Nugraha, D. A. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan Ritel Dan Atmosfir Gerai Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Minimarket Yomart Wanaraja 2 Garut. *Jurnal Wacana Ekonomi*, 15(02), 009–019. www.jurnal.uniga.ac.id
- Syahputra, E. (2022). Pengaruh potongan harga dan kelengkapan produk terhadap minat beli konsumen pada hikmah mart wates kediri. 2(4), 272–281.