

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil dari analisis data dan pembahasan yang telah peneliti lakukan, mengenai pengaruh Promotion Mix, Brand Awareness, Purchase Intention Terhadap Customer Loyalty Toko Mabes Atribut Kota Probolinggo maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Bahwa *Promotion Mix* tidak terhadap *Customer Loyalty*. Karena dalam analisis diatas pada indikator promotion mix yaitu letak toko dengan jalan yang satu arah menjadi sebuah alasan pelanggan bilamana akan membeli produk di Toko Mabes Atribut akan berbalik arah jika mendahului letak toko melalui jalur lain untuk putar arah menuju toko. Oleh karena itu, *Promotion Mix* salah satu indikatornya tidak mempengaruhi *Customer Loyalty*.
2. *Brand Awareness* berpengaruh terhadap *Customer Loyalty*. Dalam analisis yang telah diteliti indikator tertinggi pada *Top Of Mind* (Puncak Pikiran) pelanggan akan sering menggunakan produk dari Toko Mabes Atribut Kota Probolinggo yang dapat mempengaruhi *Customer Loyalty* terbiasa dengan produk yang ditawarkan oleh Toko Mabes Atribut

3. *Promotion Mix* berpengaruh terhadap *Customer Loyalty* melalui *Purchase Intention* memiliki hubungan yang kuat pada setiap indikator *Customer Loyalty*. Dengan Informasi dan produk ditawarkan Pelanggan akan kembali membeli kebutuhan di Toko Mabas Atribut yang lengkap dan berbagai jenis pelanggan dapat memilih.
4. *Brand Awareness* berpengaruh terhadap *Customer Loyalty* melalui *Purchase Intention*, dengan pelanggan mengingat merek sesuai kebutuhan yang diinginkan. Dan keputusan akhir dari *Purchase Intention* berpengaruh langsung terhadap *Customer Loyalty* dengan barang yang dibutuhkan dengan berbagai merk yang sudah dipercaya oleh pelanggan.
5. *Purchase Intention* berpengaruh pada *Customer Loyalty*, pelanggan merasa senang dan puas terhadap produk yang ditawarkan oleh toko mabas atribut dikarenakan barang dengan kualitas dan harga baik pelanggan akan membeli lagi di masa akan datang menyampaikan pada orang lain untuk ikut membeli di Toko Mabas Atribut Kota Probolinggo.

5.2 Saran

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan pada Toko Mabas Atribut Kota Probolinggo tentang “Pengaruh *Promotion Mix* Dan *Brand Awareness* Terhadap *Customer Loyalty* Dengan *Purchase*

Intention Sebagai Variabel Intervening Pada Toko Mabes Atribut Kota Probolinggo”. Maka dapat disarankan sebagai berikut :

1. Bagi Toko Mabes Atribut Kota Probolinggo

Toko Mabes Atribut Kota Probolinggo perlu memperhatikan kembali untuk memaksimalkan promosi dan informasi terhadap masyarakat baik media sosial maupun promosi fisik seperti brosur dan iklan. memperhatikan kemudahan pelanggan dengan memberi papan iklan pinggir jalan dengan tulisan besar dan item barangnya sehingga pelanggan akan mudah menemukan Toko Mabes Atribut karena akses jalan satu arah membuat pelanggan akan masih balik arah. responsif pelayanan cepat dengan pelanggan baik secara online maupun offline agar pelanggan akan merasa nyaman dengan tanggapan Toko Mabes Atribut dalam pembelian produk maupun pemesanan. Menjelaskan dan menginformasikan merek produk terhadap pelanggan baik harga, kelebihan, dan kekurangan terhadap pelanggan agar pelanggan dapat memilih merek mana yang diinginkan

2. Bagi pembaca

Diharapkan dapat digunakan sebagai referensi dan wacana guna untuk menambah wawasan dan ilmu pengetahuan atau dasar bagi peneliti selanjutnya, untuk mengembangkan model penelitian dengan menambah variabel lainn yang mempengaruhi *customer*

loyalty, selain promotion mix, brand awareness, dan purchase intention.