

BAB V

PENUTUP

1.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh dan pembahasan yang telah dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Pengaruh Citra Merek menyatakan dapat disimpulkan bahwa citra merek berpengaruh secara persial terhadap Kepuasan Pelanggan. Hal ini mengindikasikan bahwa apabila semakin baik pelayanan yang diberikan kepada pelanggan akan berpengaruh signifikansi terhadap kepuasan pelanggan.
2. Pengaruh Harga menyatakan dapat disimpulkan bahwa Harga berpengaruh secara persial terhadap Kepuasan Pelanggan. Hal ini mengindikasikan bahwa apabila konsumen merasa puas maka akan meningkatkan pelanggan yang loyal.
3. Variabel independen yaitu Citra Merek dan Harga berpengaruh secara simultan terhadap variabel dependen yaitu Kepuasan Pelanggan. Artinya setiap perubahan yang terjadi pada variabel independen yaitu Citra Merek dan Harga secara simultan atau bersama-sama akan berpengaruh pada Kepuasan Pelanggan.

1.2 Implikasi Manajerial

Berdasarkan hasil pembahasan serta kesimpulan dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi Toko *Thrifting Scb (Second Bekasi)* Kota Bekasi dalam hal meningkatkan Citra Merek dan Harga. Maka implikasi atau manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Dari hasil penelitian membuktikan bahwa kualitas pelayanan sangat berpengaruh terhadap kepuasaqn pelanggan, dengan adanya hasil penelitian ini maka dapat diterapkan oleh manajemen bahwasanya kualitas pelayanan yang baik akan menguntungkan bagi perusahaan itu

sendiri dengan meningkatnya loyalitas konsumen akan jasa yang telah di sediakan oleh Toko *Thrifting Scb (Second Bekasi)* Kota Bekasi.

2. Dari hasil penelitian membuktikan bahwa Citra Merek sangat berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan. Citra Merek perlu ditingkatkan karena Citra Merek Toko *Thrifting Scb (Second Bekasi)* Kota Bekasi termasuk dalam kategori penting agar dapat dengan mudah mendapatkan loyalitas dari pelanggan dengan begitu akan menguntungkan pihak toko.
3. Berdasarkan hasil penelitian disarankan kepada Toko *Thrifting Scb (Second Bekasi)* Kota Bekasi agar lebih memperhatikan faktor-faktor yang berkaitan dengan citra merek dan harga terhadap kepuasan pelanggan. Agar para pelanggan semakin menjadi puas dan loyal terhadap Toko *Thrifting Scb (Second Bekasi)* Kota Bekasi, dan konsumen pun tidak akan segan untuk merekomendasikan kepada orang lain tentang produk atau jasa dari Toko *Thrifting Scb (Second Bekasi)* Kota Bekasi.

1.3 Keterbatasan Penelitian

Berdasarkan pada pengalaman langsung peneliti dalam proses penelitian ini, ada beberapa keterbatasan yang dialami dan dapat menjadi beberapa faktor yang agar dapat untuk lebih diperhatikan bagi peneliti-peneliti yang akan datang dalam lebih menyempurnakan penelitiannya karna penelitian ini sendiri tentu memiliki kekurangan yang perlu terus diperbaiki dalam penelitian-penelitian kedepannya. Beberapa keterbatasan dalam penelitian tersebut, antara lain :

1. Jumlah responden yang hanya 85 orang, tentunya masih kurang untuk menggambarkan keadaan yang sesungguhnya.
2. Objek penelitian hanya di fokuskan pada member toko *Thrifting SCB (Second Bekasi)* kota Bekasi yang mana terdapat pelanggan lain namun belum terdaftar sebagai member.
3. Dalam proses pengambilan data, informasi yang diberikan responden melalui kuesioner terkadang tidak menunjukkan pendapat responden

yang sebenarnya, hal ini terjadi karena kadang perbedaan pemikiran, anggapan dan pemahaman yang berbeda tiap responden, juga faktor lain seperti faktor kejujuran dalam pengisian pendapat responden dalam kuesionernya.

