

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Setelah penulis melakukan penelitian dan analisis mengenai pengaruh kualitas pelayanan, Citra Merek dan Fasilitas Sebagai pembentuk Kepuasan Pelanggan SPBU Pertamina Retail Bekasi, maka dapat ditarik beberapa simpulan sebagai berikut:

1. Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan di SPBU Pertamina Retail Bekasi, hal ini dapat diartikan bahwa semakin cepat petugas memberikan tanggapan dalam menangani keluhan dan masukan pelanggan serta semakin telitinya petugas dalam memberikan pelayanan, akan semakin meningkatkan kepuasan pelanggan pada SPBU Pertamina Retail Bekasi.
2. Citra Merek berpengaruh terhadap kepuasan Pelanggan di SPBU Retail Bekasi, hal ini dapat diartikan bahwa semakin tersedianya Produk yang ditawarkan SPBU Pertamina Retail Bekasi, akan membuat pelanggan puas dengan tersedianya produk di SPBU sehingga dapat meningkatkan Kepuasan Pelanggan
3. Fasilitas yang diberikan berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan di SPBU Pertamina Retail Bekasi, hal ini dapat diartikan bahwa semakin banyak fasilitas yang disediakan SPBU Pertamina Retail Bekasi, akan semakin meningkatkan kepuasan pelanggan.
4. Kualitas pelayanan, Citra Merek, dan fasilitas yang disediakan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan SPBU Retail Bekasi, hal ini dapat diartikan bahwa kepuasan konsumen akan membuat pelanggan melakukan pembelian ulang serta secara sukarela akan merekomendasikan SPBU Pertamina Retail Bekasi ke konsumen yang lain.

5.2 Implikasi Manajerial

Berdasarkan pada hasil pembahasan dan simpulan yang ada pada penelitian ini, maka implikasi manajerial dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi SPBU Pertamina Retail Bekasi diharapkan:
 - a) Dapat meningkatkan pelayanan serta kepuasan pelanggan dengan cara menyediakan fasilitas yang lengkap di SPBU serta petugas yang memiliki kemampuan komunikasi yang baik dengan pelanggan.
 - b) Adanya pengaruh positif antara kualitas pelayanan dan citra merek terhadap proses keputusan pembelian di SPBU Pertamina Retail Bekasi.
 - c) Dapat menyediakan fasilitas yang lengkap dengan pemandangan yang indah dan bersih, sehingga pelanggan merasa puas dan dimanjakan serta tidak ingin berpaling pada SPBU lain.
2. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat menambah variabel lain yang membentuk kepuasan pelanggan, misalnya *customer value* serta menambahkan variabel moderasi atau variabel intervening