

## **BAB 5**

### **SIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1. Simpulan**

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

1. Kualitas Produk berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pelanggan pada tas Exsport di Surabaya. Hal ini berarti kualitas dari tas Exsport mampu membuat pelanggannya puas.
2. Harga berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan pada tas Exsport di Surabaya. Hal ini berarti harga dari tas Exsport yang ditawarkan dapat dijangkau dan membuat pelanggan merasa puas.
3. Citra Merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Hal ini berarti tas Exsport memiliki citra yang baik di mata pelanggannya dan membuat pelanggan merasa puas.
4. Kepuasan Pelanggan berpengaruh positif terhadap Loyalitas Pelanggan pada tas Exsport di Surabaya. Hal ini berarti pelanggan dari tas Exsport bukan hanya sekedar puas dengan produk yang ditawarkan, melainkan pelanggan sudah loyal dengan produk yang ditawarkan.
5. Citra Merek berpengaruh positif terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan pada tas Exsport di Surabaya. Hal ini berarti citra merek yang dimiliki tas Exsport membuat pelanggannya puas. Kemudian dari kepuasan tersebut muncul sebuah loyalitas.

## **5.2. Saran**

### **5.2.1. Saran Akademis**

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, disarankan pada peneliti selanjutnya tentang loyalitas konsumen di perusahaan tas diharapkan untuk memperoleh responden dengan jumlah yang lebih besar dan dengan mengeksplorasi pengaruh variabel lain yang mempengaruhi (misalnya *experiential marketing*) sehingga hasil yang diperoleh dapat lebih optimal.

### **5.2.2. Saran Praktis**

1. Terus meningkatkan kualitas tas yang diproduksi agar kinerja dari tas yang dihasilkan dapat lebih baik di masa yang akan datang.
2. Menjual tas dengan harga yang sebanding dengan produk yang dihasilkan.
3. Membuat iklan yang menyatakan bahwa tas Exsport adalah tas yang diproduksi dengan menggunakan teknologi masa kini, sehingga dapat menciptakan citra yang lebih baik di masyarakat. Diharapkan dengan iklan tersebut pelanggan tidak akan berpindah dengan menggunakan produk pesaing.

## DAFTAR KEPUSTAKAAN

- Adi, A. F. R., 2012, Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi pada Waroeng Spesial Sambal Cabang Lampersari Semarang), *Skripsi Dipublikasikan*, Semarang: Program Sarjana Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro.
- Astri, A. L., Saryadi, dan Andi W., Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Antara Terhadap Loyalitas Konsumen Air Minum Merek Aqua (Studi Pada Konsumen Aqua yang Berdomisili di Perumahan Puri Anjasmoro), Semarang: Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis, FISIP, Universitas Diponegoro.
- Beladin, M. I., dan Dwiyanto, B.M., 2013, Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi pada Pengguna Sepeda Motor Merek Yamaha dari Kalangan Mahasiswa Universitas Diponegoro Semarang), *Diponegoro Journal of Management*, Vol. 2, No. 2: pp 1-10.
- Cravens, D. W., 1998, *Pemasaran Strategis edisi keempat*, Indonesia: Erlangga.
- Diab, B., 2009, Analisis Pengaruh Nilai Pelanggan dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Meningkatkan Retensi Pelanggan (Studi Kasus pada Gies Batik Pekalongan), *Tesis Dipublikasikan*, Semarang: Program Pasca Sarjana Universitas Diponegoro.
- Durianto, D., Sugiarto, dan Sitinjak, T., 2001, *Strategi Menaklukkan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*, Jakarta, Indonesia: PT Gramedia Pustaka.
- Jahanshahi, A.A., Gashti, M.A.H., Mirdamadi, S.A., Nawaser, K., dan Khaksar, S.M.S., 2011, Study the Effect of Customer Service and Product Quality on Customer Satisfaction and Loyalty, *International Journal of Humanities and Social Science*, Vol. 1, No. 7, June: pp 253-260.

- Jasfar, F., 2005, *Manajemen Jasa Pendekatan Terpadu*, Bogor, Indonesia: Ghalia Indonesia.
- Kotler, P., 2002, *Manajemen Pemasaran edisi milenium*, Jakarta, Indonesia: Prenhallindo.
- Kotler, P., dan Keller, K. L., 2007, *Manajemen Pemasaran edisi kedua belas*, Indonesia: Indeks.
- Lamb, C. W., dan Hair, J. F., dan McDaniel, C., 2001, *Pemasaran*, Jakarta, Indonesia: Salemba Empat.
- Lovelock, C. H., dan Wirtz, J., dan Mussry, J., 2010, *Pemasaran Jasa edisi ketujuh*, Jakarta, Indonesia: Erlangga.
- Lovelock, C. H., dan Wright, L. K., 2007, *Manajemen Pemasaran Jasa*, Jakarta, Indonesia: Indeks.
- Nasution, M. N., 2010, *Manajemen Jasa Terpadu*, Bogor, Indonesia: Ghalia Indonesia.
- Neria, M., 2012, Pengaruh Citra Merek Terhadap Loyalitas Konsumen Maskapai Penerbangan Garuda Indonesia, *Skripsi Dipublikasikan*, Depok: Program Sarjana Ekstensi Depok.
- Rahmayanty, N., 2013, *Manajemen Pelayanan Prima*, Yogyakarta, Indonesia: Graha Ilmu.
- Ratnasari, R. T., dan Aksa, M., 2011, *Manajemen Pemasaran Jasa*, Bogor, Indonesia: Ghalia Indonesia.
- Simamora, B., 2001, *Memenangkan Pasar dengan Pemasaran Efektif dan Profitabel*, Jakarta, Indonesia: Gramedia Pustaka Utama.
- Soewadji, J., 2012, *Pengantar Metodologi Penelitian*, Jakarta, Indonesia: Mitra Wacana Media.
- Sugiyono, 2013, *Metodologi Penelitian Bisnis*, Bandung, Indonesia: Alfabeta.

- Susanto, A. B., 1998, *Obor Pemasaran*, Jakarta, Indonesia: The Jakarta Consulting Group.
- Suwarni., dan Mayasari, S.D., 2011, Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Konsumen, *Jurnal Ekonomi Bisnis*, Th. 16, No. 1, Maret: pp 76-84.
- Swastha, B., dan Irawan, 1981, *Manajemen Pemasaran Modern*, Yogyakarta, Indonesia: Bagian Penerbit Lembaga Management Akademi Management Perusahaan YKPN Yogyakarta.
- Tjiptono, F., 2001, *Strategi Pemasaran edisi kedua*, Yogyakarta, Indonesia: ANDI.
- \_\_\_\_\_, 2006, *Manajemen Jasa*, Yogyakarta, Indonesia: ANDI.
- Top Brand Award 2012, Top Brand for Teens Index 2012, Kategori Perlengkapan Sekolah, [http://www.topbrand-award.com/to...nd\\_for\\_teens\\_index\\_2012](http://www.topbrand-award.com/to...nd_for_teens_index_2012), diakses tanggal 14 Januari 2016.
- Top Brand Award 2013, Top Brand for Teens Index 2013, Kategori Perlengkapan Sekolah, [http://www.topbrand-award.com/to...nd\\_for\\_teens\\_index\\_2013](http://www.topbrand-award.com/to...nd_for_teens_index_2013), diakses tanggal 14 Januari 2016.
- Top Brand Award 2014, Top Brand for Teens Index 2014, Kategori Perlengkapan Sekolah, [http://www.topbrand-award.com/to...nd\\_for\\_teens\\_index\\_2014](http://www.topbrand-award.com/to...nd_for_teens_index_2014), diakses tanggal 14 Januari 2016.
- Top Brand Award 2015, Top Brand for Teens Index 2015, Kategori Perlengkapan Sekolah, [http://www.topbrand-award.com/to...nd\\_for\\_teens\\_index\\_2015](http://www.topbrand-award.com/to...nd_for_teens_index_2015), diakses tanggal 14 Januari 2016.
- Utami, C. W., 2011, *Manajemen Pemasaran Jasa*, Malang, Indonesia: Bayumedia Publishing.
- Wellington, P., 1998, *Strategi Kaizen untuk Kepedulian pada Pelanggan*, Indonesia: Interaksara.
- Yamin, S., dan Kurniawan, H., 2009, *Structural Equation Modeling*, Jakarta, Indonesia: Salemba Infotek.

Yusup, M., 2011, Analisis Pengaruh Promosi, Harga, Kualitas Produk dan Layanan Purna Jual Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda (Studi Kasus pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro Semarang), *Skripsi Dipublikasikan*, Semarang: Program Sarjana Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro.