

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN



Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

A. Simpulan

Berdasarkan analisis data dan hasil penelitian yang telah dijabarkan pada bab sebelumnya, maka penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut;

1. Terdapat pengaruh positif antara kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan Uniqlo di Mall Of Indonesia.
2. Terdapat pengaruh positif antara persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan Uniqlo di Mall Of Indonesia.
3. Terdapat pengaruh positif antara citra merek terhadap kepuasan pelanggan Uniqlo di Mall Of Indonesia.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah dijabarkan diatas, terdapat beberapa hal yang disarankan peneliti. Adapun saran-saran tersebut adalah sebagai berikut:

1. Bagi Perusahaan
 - a. Dari penelitian ini terbukti jika kualitas produk berpengaruh kepada kepuasan pelanggan, maka peneliti menyarankan untuk mempertahankan dan meningkatkan kualitas produk Uniqlo di Mall Of Indonesia agar pelanggan tetap merasa puas. Terutama pada daya tahan produk yang memiliki skor rata-rata terendah. Maka dari itu, misalnya Uniqlo dapat melakukan inovasi produk berkaitan dengan berapa lama produk tersebut dapat digunakan agar adanya perbaikan produk kearah yang lebih baik, akan memberikan peningkatan terhadap kepuasan pelanggan.





- b. Dari penelitian ini terbukti jika persepsi harga berpengaruh kepada kepuasan pelanggan, maka peneliti menyarankan untuk Uniqlo di Mall Of Indonesia hendaknya mempertahankan dan meningkatkan persepsi harga yang baik. Terutama pada persepsi kualitas yang memiliki skor rata-rata terendah. Maka dari itu, misalnya harga produk yang ditawarkan dapat memiliki kualitas yang lebih untuk pelanggan. Dengan adanya perbaikan persepsi harga produk kearah yang lebih baik, akan memberikan peningkatan terhadap kepuasan pelanggan.
- c. Dari penelitian ini terbukti jika citra merek berpengaruh kepada kepuasan pelanggan, maka peneliti menyarankan untuk Uniqlo di Mall Of Indonesia Indonesia hendaknya mempertahankan dan meningkatkan cira merek yang baik. Terutama pada personalitas merek yang memiliki skor rata-rata terendah. Maka dari itu, misalnya Uniqlo dapat lebih memperhatikan karakter khas mereknya yang membentuk kepribadian tertentu, sehingga pelanggan dengan mudah dapat membedakannya dengan merek lain dalam kategori yang sama. Dengan adanya perbaikan citra merek produk kearah yang lebih baik akan memberikan peningkatan terhadap kepuasan pelanggan.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Peneliti selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan penelitian dengan memasukan variabel lain yang mempengaruhi kepuasan pelanggan, agar penelitian selanjutnya dapat mencakup variabel yang lebih luas dan bermanfaat.

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.