

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan pembahasan hasil uji hipotesis maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Kepuasan Pelanggan, Kepercayaan dan Citra Merek secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan. Hal ini sejalan dengan definisi loyalitas pelanggan yaitu sebagai kelompok sikap dan perilaku pembelian yang secara sistematis mendukung satu entitas daripada yang bersaing. Loyalitas pelanggan dapat berupa beberapa hal, seperti komitmen untuk membeli terus-menerus dari perusahaan yang bersangkutan.
2. Kepuasan Pelanggan tidak berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan produk Buttonsarves. Walaupun pelanggan sudah merasa puas pada seluruh produk yang diberikan oleh Buttonsarves, tetapi faktor ini bukan menjadi faktor penentu peningkatan pada loyalitas pelanggan
3. Kepercayaan berpengaruh positif signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan produk Buttonsarves. Jika semakin baik kepercayaan seperti kredibilitas sebuah merek maka semakin meningkat loyalitas pelanggan, secara logika jika ada kepercayaan dalam suatu hubungan maka kedua belah pihak akan saling menjaga sehingga akan memberikan apa yang seharusnya diberikan dan menerima apa yang seharusnya diterima.

4. Citra Merek berpengaruh positif signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan produk Buttonsscarves. Semakin baik citra merek perusahaan dalam memasarkan produk sehingga mendapatkan pengakuan dari pelanggan maka akan meningkatkan loyalitas pelanggan dan kemudian akan berubah menjadi strategi *marketing* demi bertahan di antara pesaing dan menjaga ketahanan perusahaan.

## 5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas maka terdapat beberapa saran yang dapat penulis berikan sebagai bahan pertimbangan yang dapat dimanfaatkan dalam pengambilan keputusan, diantaranya sebagai berikut :

1. Diharapkan kepada peneliti selanjutnya agar menambah variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini agar mengetahui pengaruh variabel lain terhadap loyalitas pelanggan seperti kualitas produk dan persepsi harga.
2. Diharapkan penelitian ini dapat memberikan kontribusi kepada literatur pemasaran dan manajemen dalam pemahaman mengenai hubungan kepuasan pelanggan, kepercayaan dan citra merek terhadap loyalitas pelanggan.
3. Diharapkan Buttonsscarves memperhatikan kepuasan pelanggan karena berdasarkan hasil dari penelitian ini mendapatkan hasil yang tidak signifikan sehingga perusahaan bisa meningkatkan dari indikator - indikator yang dirasa masih memiliki nilai yang rendah. Serta diharapkan untuk terus mempertahankan dan mengembangkan desain mereka untuk memenuhi

kebutuhan dan preferensi pelanggan sebagai indikator yang memiliki nilai tertinggi.

4. Diharapkan penelitian ini dapat membantu pihak lain dalam memahami pentingnya kepuasan pelanggan, kepercayaan dan citra merek sebuah produk dalam meningkatkan kesadaran konsumen dalam memilih sebuah produk.