

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan data, penulis memperoleh kesimpulan yang diambil dari penelitian mengenai Pengaruh *Corporate Image* terhadap *Customer Loyalty* Pertamina dengan *Customer Satisfaction* sebagai variabel mediasi produk bensin RON 92 (*Pertamax*) di Kota Surabaya, sebagai berikut :

1. Variabel *Corporate Image* berpengaruh positif terhadap *Customer Loyalty*. Artinya, semakin baik, positif, dan kuat citra perusahaan di mata konsumen, maka tingkat kesediaan, pembelian ulang, dan rekomendasi pelanggan terhadap produk dari perusahaan tersebut akan semakin meningkat.
2. Variabel *Corporate Image* berpengaruh positif terhadap *Customer Satisfaction*. Artinya, semakin baik citra, reputasi, atau pandangan masyarakat terhadap sebuah perusahaan, maka semakin tinggi tingkat kepuasan yang dirasakan oleh konsumen.
3. Variabel *Customer Satisfaction* berpengaruh positif terhadap *Customer Loyalty*. Artinya, semakin tinggi tingkat kepuasan yang dirasakan oleh konsumen maka, semakin tinggi loyalitas mereka terhadap produk dari perusahaan tersebut.
4. Variabel *Corporate Image* berpengaruh positif terhadap *Customer Loyalty* melalui *Customer Satisfaction*. Artinya, persepsi baik terhadap perusahaan

membangun kepercayaan yang memuaskan konsumen yang kemudian mendorong pembelian ulang dan rekomendasi produk dari perusahaan tersebut.

## 5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh *corporate image* terhadap *customer loyalty* Pertamina dengan *customer satisfaction* sebagai variabel mediasi pada produk bensin RON 92 (*Pertamax*) di Surabaya, maka saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut :

### 1. Bagi Perusahaan (Pertamina)

Berdasarkan hasil penelitian yang menunjukkan bahwa *corporate image* dan *customer satisfaction* berpengaruh terhadap *customer loyalty*, maka perusahaan disarankan untuk terus menjaga dan meningkatkan citra perusahaan di mata masyarakat. Hal ini dapat dilakukan dengan menjaga kualitas produk bahan bakar, meningkatkan pelayanan di SPBU, serta memberikan informasi yang transparan kepada masyarakat mengenai kualitas produk *Pertamax*. Citra perusahaan yang baik, konsumen akan memiliki kepercayaan yang lebih tinggi terhadap produk yang ditawarkan sehingga dapat meningkatkan loyalitas pelanggan.

Selain itu, perusahaan juga perlu memperhatikan tingkat kepuasan pelanggan dengan memastikan bahwa produk bensin RON 92 (*Pertamax*) mampu memenuhi kebutuhan dan harapan konsumen. Perusahaan dapat melakukan evaluasi secara berkala terhadap kualitas produk maupun pelayanan

yang diberikan kepada konsumen. Peningkatan kepuasan pelanggan, maka loyalitas pelanggan terhadap produk *Pertamax* juga akan semakin meningkat.

## 2. Bagi Konsumen

Konsumen diharapkan dapat lebih memperhatikan kualitas bahan bakar yang digunakan untuk kendaraan mereka serta memilih produk yang sesuai dengan kebutuhan kendaraan. Penggunaan bahan bakar yang berkualitas seperti *Pertamax* dapat memberikan manfaat yang lebih baik bagi kinerja kendaraan dalam jangka panjang.

## 3. Bagi Peneliti Selanjutnya

1Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan penelitian ini dengan menambahkan variabel lain yang dapat mempengaruhi *customer loyalty*, seperti kualitas pelayanan, harga, kepercayaan pelanggan, atau *brand trust*. Selain itu, penelitian selanjutnya juga dapat memperluas objek penelitian tidak hanya pada pengguna bensin RON 92 (*Pertamax*) di Surabaya, tetapi juga pada wilayah lain sehingga hasil penelitian dapat memberikan gambaran yang lebih luas.