

BAB 5

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan analisis dan pembahasan dengan menggunakan analisis *Structural Equation Model*, maka dapat ditarik simpulan sebagai berikut :

1. Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan parfum Victoria Secret di Surabaya terbukti diterima.
2. Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan parfum Victoria Secret di Surabaya terbukti diterima.
3. Kepuasan Pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan parfum Victoria Secret di Surabaya terbukti diterima.
4. Citra Merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan parfum Victoria Secret di Surabaya terbukti diterima.
5. Citra Merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan parfum Victoria Secret di Surabaya terbukti diterima.

5.2 Saran

Berdasarkan simpulan yang telah dikemukakan dapat diberikan beberapa rekomendasi yang berupa saran-saran yang dapat menjadi bahan pertimbangan bagi perusahaan dan bagi penelitian selanjutnya :

1. Saran bagi Manajemen Parfum “Victoria Secret” di Surabaya

- a. Pada variabel Kualitas Produk, nilai rata-rata jawaban responden yang memiliki nilai terendah adalah indikator “Parfum Victoria Secret memiliki banyak varian aroma”. Untuk itu, saran yang dapat

- diajukan adalah manajemen parfum Victoria Secret diharapkan memperbanyak varian aroma parfum.
- b. Pada variabel Citra Merek, nilai rata-rata jawaban responden yang memiliki nilai terendah adalah indikator “Toko Victoria Secret memiliki wiraniaga yang cepat tanggap terhadap permintaan maupun keluhan pelanggan” dan “Parfum Victoria Secret aman digunakan di kulit tipe apapun”. Untuk itu, saran yang diajukan adalah manajemen parfum Victoria Secret diharapkan memberikan pelatihan kepada wiraniaga dalam menanggapi keluhan pelanggan dan senantiasa melakukan riset pembuatan parfum yang aman untuk segala tipe kulit.
 - c. Pada variabel Kepuasan Pelanggan, nilai rata-rata jawaban responden yang memiliki nilai terendah adalah indikator “Harapan pelanggan terpenuhi dan terpuaskan setelah menggunakan parfum Victoria Secret”. Untuk itu, saran yang diajukan adalah manajemen parfum Victoria Secret harus berfokus pada pemenuhan ekspektasi terhadap pelanggan dengan cara melakukan riset langsung pada pelanggan yang membeli produk parfum Victoria Secret.
 - d. Pada variabel Loyalitas Pelanggan nilai rata-rata jawaban responden yang memiliki nilai terendah adalah indikator “Bila Victoria Secret meluncurkan produk baru pelanggan bersedia membelinya”. Untuk itu, saran yang diajukan adalah manajemen parfum Victoria Secret harus mampu mendorong pelanggan parfum Victoria Secret agar pelanggan bersedia membelinya ketika muncul produk baru dengan cara memberikan promosi penjualan, seperti pemberian diskon, hadiah, dan lain-lain.

2.Saran bagi penelitian selanjutnya

Keterbatasan penelitian ini hanya menggunakan 4 variabel yaitu Kualitas Produk, Citra Merek, Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan. Untuk peneliti selanjutnya disarankan menambah variabel lain seperti harga, kepercayaan, dan niat pembelian.

DAFTAR KEPUSTAKAAN

- Aditia, I., dan Suhaji, 2013, Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Pada UD. Pandan Wangi Semarang, *Skripsi*, Semarang : Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Manggala.
- Arumsari, D., dan Khasanah, I., 2012, Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) Merek Aqua : Studi pada Konsumen Toko Bhakti Mart KPRI Bhakti Praja Provinsi Jawa Tengah, *Skripsi*, Malang: Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya.
- Aryani, N., dan Rosinta, I., 2010, Pengaruh Brand Satisfaction Terhadap Minat Beli Pelanggan Pada Toko Baju The Executive di Jakarta, *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol.4, N0.3 : 68-79.
- Christian, A., dan Dharmayanti, D., 2013, Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Customer Satisfaction Dan Customer Loyalty The Light Cup Di Surabaya Town Square. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, Vol. 1, No. 2 : 1-13.
- Dharmawansyah, B., 2013, Pengaruh Experiential Marketing dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan : Studi Kasus pada Rumah Makan Pring Asri Bumiayu, *Skripsi*, Semarang : Universitas Negeri Semarang.
- Diab, B., 2009., Analisis Pengaruh Nilai Pelanggan Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Meningkatkan Retensi Pelanggan : Studi Kasus Pada Gies Batik Pekalongan, *Tesis*, Semarang : Universitas Diponegoro.
- Evawati, 2012, Kualitas Produk dan Citra Merek (Brand Image) Mc Donald: Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Konsumen, *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Sosial*, No. 2, November : 184-191.
- Fadli, U., Sulaeman, E., dan Padilah, H., 2013, Pengaruh Brand Image Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Farina Beauty Clinic Jalan Kertabumi No 23 Karawang, *Jurnal Manajemen*, Vol.10, No.03, April : 1236-1253.

- Fitriana, S., 2013, Pengaruh Efektivitas Iklan Terhadap Minat Beli Yang Dimediasi Oleh Citra Merek, *Skripsi*, Surakarta : Universitas Muhammadiyah.
- Ghozali, I., dan Fuad, 2005, *Structural Equation Modeling*, Edisi Kedua, Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hendri, A., 2014, Pengaruh Kualitas Produk Dan Persepsi Nilai Terhadap Loyalitas Konsumen Di Toko Buku Gramedia Semarang, *Skripsi*, Semarang : Universitas Diponegoro.
- Irawan, D., dan Japarianto, E., 2013, Analisa Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Sebagai Variabel Intervening Pada Pelanggan Restoran Porkee Surabaya, *Jurnal Manajemen Pemasaran*, Vol. 1, No.02 : 1-8.
- Ishak, B., dan Lutfi, N., 2011, Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan pada Charles and Keith Surabaya, *Jurnal Sains Manajemen dan Akuntansi*, Vol.12, No.03 : 54-67.
- Kalsumajaya, J., 2011, Pengaruh Brand Emotion Terhadap Loyalitas Pelanggan pada Sepatu Nike di Jakarta, *Jurnal Bisnis Administrasi*, Vol.03, No.03 : 58-75.
- Klimchuk, R., M., dan Krasovec, A., S., 2007, *Desain Kemasan*, Terjemahan, Jakarta : Erlangga.
- Kotler, P., dan Keller, L., K., 2008, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Edisi Keduabelas, Jilid 1, Terjemahan, Jakarta : Erlangga.
- _____, 2009, *Manajemen Pemasaran*, Edisi Ketigabelas, Jilid 1, Terjemahan, Jakarta : Erlangga.
- _____, *Manajemen Pemasaran*, Edisi Ketigabelas, Jilid 2, Terjemahan, Jakarta : Erlangga.
- Kurniawati, D., Suharyono, dan Kusumawati, A., 2014, Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan : Studi pada Pelanggan KFC Cabang Kawi Malang, *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol. 14, No.02, September : 1-9.

- Kusmayadi, D., dan Hidayat, S., 2014, Pengaruh Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Switching Cost Sebagai Variabel Mediasi : Studi Pada PT Aplikanusa Lintasarta West Java Area, *Jurnal Sains Manajemen Dan Akuntansi*, Vol.VI, No.1, April : 23-45.
- Kusumawati, 2011, Pengaruh Kualitas Produk dan Persepsi Harga Terhadap Niat Pembelian Konsumen Pada Produk Private Label Hypermart Di Surabaya, *Skripsi*, Surabaya : Universitas Kristen Petra.
- Laely, I., N., 2013, Analisis Loyalitas Nasabah Pembiayaan dan Pendapatan BMT Hubbul Wathon Sumowono Kabupaten Semarang, *Skripsi*, Semarang : Universitas Negeri Semarang.
- Lasander, C., 2013, Citra Merek, Kualitas Produk, Dan Promosi Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Makanan Tradisional : Survey Pada Industri Rumah Tangga Dodol Daging Pala Audia Di Tahuna Kabupaten Sangihe, *Jurnal EMBA*, Vol.01, No.03, September : 284-293.
- Lupiyoadi, Rambat, 2001, *Manajemen Pemasaran Jasa*, Salemba Empat, Jakarta.
- Mulyono, H., B., Yoestini, Nugraheni, R., Mustofa, K., 2007, Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen : Studi Kasus Pada Perumahan Mediterania, Semarang, *Jurnal Studi Manajemen dan Organisasi*, Vol.04, No.02, Juli : 91-100.
- Manurung, R., M., 2013, Pengaruh Produk Dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Hotel Inna Dharma Deli Medan, *Skripsi*, Medan : Universitas Sumatera Utara.
- Munfaridin, A., 2010, Analisis Pengaruh Kesadaran Merek, Asosiasi Merek, Dan Persepsi Kualitas Terhadap Minat Mereferensi Sepeda Motor Suzuki : Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro Semarang, *Skripsi*, Semarang : Universitas Diponegoro.

- Musanto, T., 2004, Faktor-Faktor Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan : Studi Kasus pada CV. Sarana Media Advertising Surabaya, *Jurnal Manajemen & Kewirausahaan*, Vol. 6, No. 2, September : 123 – 136.
- Natalia, 2014, Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen : Studi Pada Toko Matahari Department Store di Baywalk Jakarta Utara, *Jurnal Manajemen*, Vol. 2, No.4 : 112-130.
- Noegroho, D., Yusuf, A., dan Pramono, T., 2013, Pengaruh Citra Merek dan Kesadaran Harga Terhadap Persepsi Konsumen Pada Produk Kecantikan Body Shop, *Jurnal Ekonomi Manajemen*, Vol. 1, No.1 : 120-139.
- Novitayanti, A., 2014, Analisis Pengaruh Citra Produk dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Word Of Mouth sebagai Variabel Intervening pada Produk Smartphone Blackberry, *Skripsi*, Semarang : Universitas Diponegoro.
- Nurhayati, B., 2011, Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Loyalitas Pelanggan : Studi pada Mahasiswa Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Angkatan 2009 pengguna Handphone Merek Nokia, *Skripsi*, Yogyakarta : Universitas Pembangunan Nasional Veteran.
- Nurullaili, C., dan Wijayanto, A., 2013, Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Konsumen Tupperware : Studi Pada Konsumen Tupperware di Universitas Diponegoro, *Jurnal Administrasi Bisnis*, Volume.02, No.01, Maret : 134-148.
- Oeyono, J., dan Dharmayanti, D., 2013, Analisa Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Loyalitas Konsumen Melalui Kepuasan Sebagai Intervening Variabel Di Tator Cafe Surabaya Town Square, *Jurnal Manajemen Pemasaran*, Vol. 1, No. 2 : 1-9.
- Perdana, A., 2010, Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan pada SOGO Department Store di Tunjungan Plaza Surabaya, *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, Vol. 10, No.02 : 34-44.

- Pradipta, C., 2012, Pengaruh Citra Merek Terhadap Loyalitas Konsumen Produk Oli Pelumas PT. Pertamina (Persero) Enduro 4T di Makassar, *Skripsi*, Makassar : Universitas Hasanuddin.
- Pramudyo, A., 2012, Pengaruh Citra Merek Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Sebagai Intervening : Studi Pada Mahasiswa Perguruan Tinggi Swasta Di Yogyakarta, *JBMA*, Vol.01, No.01, Agustus : 1-23.
- Prandita, L., Iriani, S., S., 2013, Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, dan Emosional Terhadap Kepuasan Pelanggan SOGO Departemen Store, *Jurnal Universitas Negeri Surabaya*, Vol.04, No.02 : 13-28.
- Prasetyo, W., 2013, Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan : Studi Pada Swalayan Luwes Purwodadi, *Jurnal Administrasi dan Bisnis*, Vol.04, No.02 : 14-33.
- Saputri, M., dan Pranata, T., 2014, Pengaruh Brand Image Terhadap Kesetiaan Pengguna Smartphone Iphone, *Jurnal Sosioteknologi*, Vol.13, No.3, Desember : 45-63.
- Sari, S., 2013, Pengaruh Kepuasan Pelanggan, Kepercayaan Pelanggan Dan Switching Barriers Terhadap Loyalitas Pelanggan Hartono Elektronika Surabaya, *Jurnal Manajemen Pemasaran*, Vol.05, No.4 : 68-79.
- Sembiring, I., Suharyono, Kusumawati, A., 2014, Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan : Studi Pada Pelanggan McDonald's M.T.Haryono Malang, *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol. 15, No. 1, Oktober : 1-10.
- Sitinjak, T., dan Sugiarto, 2006, *Lisrel*, Yogyakarta : Graha Ilmu.
- Solimun, 2005, *Structure Equation Modelling (SEM) Lisrel & Amos*, Cetakan pertama, Malang : Fakultas MIPA Universitas Brawijaya Malang.

Sugiyono, 2010, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, Bandung : Alfabeta.

_____, 2012, *Metode Penelitian Bisnis*, Bandung : Alfabeta.

Wahyuni, S., 2008, Analisis Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT Yamaha Motor Kencana Indonesia Semarang, *Jurnal Pengembangan Humaniora*, Vol. 8, No. 2, Agustus : 44-65.

Wedarini, N., 2012, Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Telkom Flexi, *Jurnal Manajemen Pemasaran*, Vol.01, No.3 : 65-87.

Yamin, S., danKurniawan, H., 2009, *Structural Equation Modeling Belajar Lebih Mudah Teknik Analisis Data Kuesioner Dengan Lisrel-PLS*, Jakarta : Salemba Infotek.

Zena, P., A., dan Hadisumarto, A., D., 2012, The Study of Relationship among Experiential Marketing , Service Quality, Customer Satisfaction, and Customer Loyalty, *Asean Marketing Journal*, Vol.IV, No. 1: 37-46.

<http://www.female.com>, diakses tanggal 11 Maret 2015

<http://www.hanafimisura.com>, diakses tanggal 11 Maret 2015

<http://www.parfumindonesia.com>, diakses tanggal 18 Maret 2015

<http://www.gemaparfum.com>, diakses tanggal 18 Maret 2015

<http://arikoclothing.com>, diakses tanggal 18 Maret 2015