

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan pada Bab IV mengenai pengaruh kualitas produk dan brand image terhadap loyalitas pelanggan tas Sophie Martin Pangkalpinang, maka penulis menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Kualitas produk, brand image dan loyalitas pelanggan tas Sophie Martin Pangkalpinang masuk kedalam kategori tinggi. Hal ini dapat dilihat dari skor rata-rata yang dihasilkan variabel kualitas produk sebesar 3,75, variabel brand image sebesar 3,72, dan variabel loyalitas pelanggan 3,65.
2. Kualitas produk mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan tas Sophie Martin Pangkalpinang. Hal ini berarti bahwa variabel kualitas produk mempunyai peranan yang penting dalam menunjang loyalitas pelanggan tas Sophie Martin Pangkalpinang
3. Brand Image mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan tas Sophie Martin Pangkalpinang. Hal ini berarti bahwa variabel brand image mempunyai peranan yang penting dalam menunjang loyalitas pelanggan tas Sophie Martin Pangkalpinang.
4. Pengujian secara bersama-sama menunjukkan bahwa kualitas produk, dan brand image berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap loyalitas Pelanggan tas Sophie Martin Pangkalpinang.

5.2 Saran

Berdasarkan simpulan yang diperoleh dari penelitian ini, penulis merasa perlu menuliskan beberapa saran berkenaan dengan penelitian yaitu sebagai berikut:

1. Kepada Sophie Martin Pangkalpinang perlunya memberikan tambahan kualitas produk, khususnya dalam bidang produksi supaya mengutamakan mutu dan kualitas dari produksi yang dihasilkan dan bertujuan untuk meningkatkan loyalitas pelanggan, sehingga produksi yang di hasilkan perusahaan mengalami peningkatan sesuai dengan yang perusahaan harapkan.
2. Hendaknya perusahaan lebih mendorong pelanggan untuk selalu menetapkan tujuan dalam melakukan pembelian dalam memajukan perusahaan, sehingga produk Sophie Martin dapat mencapai tujuan perusahaan dengan melaksanakan penjualan yang lebih baik.
3. Bawahan sebaiknya pelanggan diberikan kesempatan untuk memberikan masukan atau saran dalam memecahkan sebuah permasalahan demi kemajuan perusahaan.
4. Bagi penelitian mendatang, hendaknya instrumen penelitian lebih diperdalam dan dikembangkan lagi, variabel-variabel yang akan di teliti lebih diperbanyak sehingga kemampuan mengukurnya lebih baik.

5.3 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini telah diusahakan dan dilaksanakan sesuai dengan prosedur ilmiah, namun demikian masih memiliki keterbatasan yaitu:

1. Objek yang dijadikan sampel dalam penelitian ini hanya satu instansi yaitu Tas Sophie Martin Paris Pangkalpinang dengan jumlah sampel sebanyak 79 responden. Untuk penelitian selanjutnya objek yang diteliti di harapkan lebih luas agar hasil dari penelitian menjadi lebih baik, misalnya dengan menambahkan responden seperti masyarakat yang telah berlangganan tas produk-produk Sophie Martin Pangkalpinang.
2. Responden dalam penelitian ini tidak dibedakan sehingga hasil yang diperoleh tidak bisa dijelaskan secara spesifik bagaimana pengaruh kualitas produk, brand image terhadap loyalitas pelanggan Sophie Martin Pangkalpinang untuk masing-masing pelanggan tersebut.