

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan pada bab sebelumnya dapat disimpulkan bahwa:

1. Citra Merek berpengaruh signifikan secara parsial terhadap Kepuasan konsumen pada produk Charles & Keith di Surabaya.
2. Ekuitas Merek tidak berpengaruh signifikan secara parsial terhadap Kepuasan konsumen pada produk Charles & Keith di Surabaya.
3. Harga tidak berpengaruh signifikan secara parsial terhadap Kepuasan konsumen pada produk Charles & Keith di Surabaya.
4. Citra Merek, Ekuitas Merek, dan Harga berpengaruh signifikan secara simultan terhadap Kepuasan konsumen pada produk Charles & Keith di Surabaya.

5.2 Keterbatasan

Peneliti menghadapi kendala terkait dengan lamanya proses pengumpulan data disebabkan oleh prosedur dari pihak café dan mall. Selain itu peneliti menghadapi kendala pada waktu untuk menyebarkan kuesioner yang terbatas sehingga pengumpulan data yang lama dan pengolahan data yang lama pula dalam pengerjaannya.

5.3 Saran

Berdasarkan kesimpulan dan keterbatasan di atas, penulis mengajukan saran – saran sebagai berikut:

1. Bagi Produsen

Berkaitan dengan produk, untuk lebih meningkatkan lagi kualitas produknya sehingga konsumen tetap setia pada produk yang sudah ada. Sedangkan untuk harga karena produk Charles & Keith merupakan produk import, maka produsen harus bisa menyesuaikan pangsa pasar yang ada di Indonesia. Sehingga bisa dikatakan produsen harus bisa menyesuaikan pangsa pasar dengan harga dari produk yang dijualnya.

2. Bagi Peneliti

Disarankan untuk penelitian selanjutnya agar memasukan variabel yang belum digunakan atau belum ada dalam penelitian ini.

DAFTAR RUJUKAN

- Dimitriadis, Zoe S. "Customer Satisfaction, Loyalty, and Commitment in Service Organizations. Some evidence from Greece". *Management Research News*. Vol 29. No.12. PP 782-800.
- Fandy Tjiptono. 2005. *Pemasaran Jasa*. Malang : Bayu Media Publishing.
- _____. 2008. *Riset Pemasaran edisi 1*. Jakarta : Penerbit PT.Gramedia.
- _____. 2008. *Strategi Pemasaran edisi 3*. Yogyakarta : CV. Andi Offset.
- _____. 2012. *Pemasaran Strategik edisi 2*. Yogyakarta : Penerbit Andi.
- Fung So K. K., King C., Sparks B. A., dan Wang Y. (2013). "The influence of customer brand identification on hotel brand evaluation and loyalty department". *International Journal of Hospitality Management* , 31-41.
- Imam Ghozali. 2006. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang : Badan Penerbit-Undip.
- Ivonne Wood. 2009. *Layanan Pelanggan edisi 1*. Yogyakarta : Graha Ilmu.
- Juliansyah Noor. 2011. *Metodologi Penelitian: Skripsi, Tesis, Disertai Karya Ilmiah*. Jakarta : Penerbit Kencana.
- Lahap J., Ramli, N.S., Radzi, S.M., Said, N.M., Zain, R.A. 2015 "Citra Merek terhadap Kepuasan Pelanggan: Sebuah Fokus pada Sektor Hotel Malaysia". *IRSSM-6 2015*,11-15 Agustus 2015.
- Mohajerani P., dan Miremadi A. (2012). "Customer Satisfaction Modeling in Hotel Industry:A Case Study of Kish Island in Iran International". *Journal of Marketing Studies*, 4 (3), 134-152.
- Paul Temporal. 2001. *Branding di Asia, Penciptaan, Pembangunan, dan Manajemen Merek Asia Untuk Pasar Globe*. Batam : Penerbit Interaksara.
- Philip Kotler dan Garry Amstrong. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta : Penerbit Erlangga
- _____. 2009. *Prinsip-prinsip Pemasaran Jilid 2*. Jakarta : Penerbit Erlangga.
- Philip Kotler dan Kevin Lane Keller. 2007. *Manajemen Pemasaran Edisi Kedua Belas Jilid 2*. Jakarta : Penerbit Erlangga.
- _____. 2009. *Manajemen Pemasaran Edisi Ketiga Belas Jilid 2*. Jakarta : Penerbit Erlangga.
- Rangkuti. 2002. *The Power of Brand*. Jakarta : PT.Gramedia Pustaka Utama.

- Setiawan. 2007. "Analisis Pengaruh Kegiatan Pemasaran Terhadap Ekuitas Merek Pada Customer". *Jurnal Usahawan*. No. 4 h 1-3.
- Setiadi Nugroho J. 2003. *Perilaku Konsumen Konsep dan Implikasi Untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran Edisi Satu*. Bogor : Prenada Media.
- Shen Lei & Luo Chu, 2015, "The Mediating Role of Consumer Satisfaction in the Relationship between Brand Equity and Brand Loyalty based on PLS-SEM Model". *International Business Research* ; Vol. 8, No. 2; 2015,, ISSN 1913-9004 E-ISSN 1913-9012.
- Shimp, A. Terrence. 2005. *Periklanan dan Promosi Edisi 5 jilid 1*. Jakarta : Penerbit PT.Indeks 2003.
- Singgih Santono. 2001. *SPSS Versi 10 Mengolah Data Statistik secara Profesional*. Jakarta : Penerbit PT. Index Media Komputindo.
- Sinamora. 2003. *Aura Merek*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.
- Soehadi, Agus W. 2005. *Effective Branding: Konsep dan Aplikasi Pengembangan Merek yang Sehat dan Kuat. Quantum Bisnis dan Manajemen*. Bandung.
- Steve Hoefller dan Kevin Lane Keller. 2003. "The Marketing Advantages of Strong Brands". *Brand Management*. Vol. 10, No. 6.
- Sugiyono. 2003. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung : Pusat Bahasa Depdiknas.
- Suliyanto. 2009. *Analisis Data dalam Aplikasi Pemasaran*. Bogor : Penerbit Ghalia Indonesia.
- Sunarto. 2003. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta : AMUS Yogyakarta dan CV Ngeksigondo Utama.
- Umar, Husein. 2005. *Study Kelayakan Bisnis Edisi Ketiga*. Jakarta : Penerbit Gramedia Pustaka Utama.
- Whitehill King, J.Thomas Russell. 2008. *Kleppner's prosedur periklanan edisi 17 jilid 1*. Jakarta : Penerbit PT.Indeks.
- Zulian Yamit . 2005 . *Manajemen Kualitas Produk dan Jasa*. Jakarta : Penerbit Ekonisia.