

## BAB V

### KESIMPULAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan penulis dapat disimpulkan bahwa secara simultan nilai pelanggan (*customer value*) berpengaruh terhadap citra Toserba X sebesar 40,9%. Hasil tersebut sesuai dengan hipotesis yang diajukan oleh penulis yaitu terdapat pengaruh *customer value* terhadap citra Toserba X.

*Customer value* tersebut terdiri dari beberapa faktor yaitu faktor pelayanan, kualitas, pilihan produk, suasana, kenyamanan, dan harga. Dari uji parsial diketahui bahwa faktor suasana, kenyamanan, dan harga berpengaruh positif terhadap citra Toserba X. Sedangkan pelayanan, kualitas, dan pilihan produk tidak berpengaruh terhadap citra Toserba X.

#### 5.2 Saran

Dari hasil penelitian ini, penulis memberikan beberapa saran. Adapun saran-saran tersebut sebagai berikut :

- Perusahaan harus lebih memperhatikan faktor suasana, kenyamanan dan harga karena faktor-faktor inilah yang mempengaruhi citra Toserba ini. Sehingga pelanggan dapat memberikan nilai yang tinggi terhadap Toserba X.
- Walaupun dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas, pilihan produk dan pelayanan tidak berpengaruh terhadap citra perusahaan tetapi

ketiga faktor ini harus tetap diperhatikan. Agar citra Toserba X bisa tetap unggul dibandingkan dengan toserba-toserba lainnya yang ada di Bandung.

- Penelitian ini meneliti hanya pada Toserba X yang berlokasi di Pasteur. Disarankan bagi penelitian selanjutnya, dilakukan penelitian pada semua cabang Toserba X yang ada di Bandung. Jika dimungkinkan untuk menambah jumlah responden, karena semakin banyak jumlah responden hasil penelitian semakin baik.