

## **BAB V**

### **SIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Dari hasil analisa dan pengolahan data pada penelitian tentang “Pengaruh Nilai Pelanggan dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Meningkatkan Retensi Pelanggan”, maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Berdasarkan perhitungan statistik deskriptif data penelitian variabel nilai pelanggan termasuk dalam kategori sesuai.
2. Berdasarkan perhitungan statistik deskriptif data penelitian bahwa variabel citra merek termasuk dalam kategori dikenal.
3. Berdasarkan perhitungan statistik deskriptif data penelitian bahwa variabel kepuasan termasuk dalam kategori puas.
4. Berdasarkan perhitungan statistik deskriptif data penelitian bahwa variabel retensi pelanggan termasuk dalam kategori baik.
5. Nilai Pelanggan berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan dengan pengaruh sebesar 5,64%, terdiri atas pengaruh langsung sebesar 3,75% dan pengaruh tidak langsung sebesar 1,89%.
6. Citra merek berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan dengan pengaruh sebesar 8,50%, terdiri atas pengaruh langsung sebesar 6,61% dan pengaruh tidak langsung sebesar 1,89%.
7. Kepuasan berpengaruh signifikan terhadap variabel retensi pelanggan dengan pengaruh sebesar 3,90%. Sedangkan sisa 96,10% lainnya

merupakan pengaruh dari variabel lain yang tidak diamati dalam penelitian ini.

8. Secara keseluruhan kedua variabel bebas memberikan kontribusi pengaruh terhadap kepuasan (X3) sebesar 14,14% dengan pengaruh terbesar diberikan oleh variabel citra merek (X2). Sedangkan sisa 85,86% lainnya merupakan pengaruh dari variabel lain yang tidak diamati dalam penelitian ini.
9. Berdasarkan hasil penjabaran bab sebelumnya menunjukkan bahwa semua variabel bebas mempengaruhi retensi pelanggan (Y) melalui kepuasan (X3) secara signifikan, yakni nilai pelanggan (X1) dengan total pengaruh sebesar 3,82% dan citra merek (X2) dengan total pengaruh sebesar 5,08%.

## **5.2 Kekurangan Penelitian**

Berdasarkan pertanyaan dalam penelitian dapat dibuktikan bahwa variabel-variabel nilai pelanggan dan citra merek mampu meningkatkan kepuasan pelanggan dan dampaknya pada retensi pelanggan. Perusahaan Cipaganti Travel perlu meningkatkan retensi pelanggan sebagai berikut :

1. Perlu mempertahankan dan meningkatkan pelayanan yang digunakan
2. Perlu mempertahankan kualitas pelayanan yang diberikan oleh Cipaganti Travel agar meningkatkan penjualan tiket agar konsumen tidak beralih ke travel lain.
3. Pelayanan purna jual sangat diminati pelanggan travel sehingga perlu dipertahankan dan ditingkatkan.

### **5.3 Saran**

1. Perusahaan Cipaganti Travel harus ditingkatkan kembali dalam hal pelayanan yang lebih kepada pelanggannya.
2. Perusahaan Cipaganti Travel menambahkan rute baru, sehingga memberikan kenyamanan kepada pelanggannya.
3. Tempat menunggu agar dibuat nyaman mungkin, sehingga membuat konsumen Cipaganti Travel nyaman.