

BAB V

SIMPULAN DAN REKOMENDASI

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan interpretasi hasil maka kesimpulan yang diambil dari penelitian yang berjudul “Pengaruh Citra Merek, Kualitas Pelayanan dan Nilai Pelanggan terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Pasien SAM *Skin Clinic* Jl. Magetan No. 22 GKB, Gresik “sebagai berikut :

1. Variabel (X1) Citra Merek tidak berpengaruh Signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan SAM *Skin Clinic*.
2. Variabel (X2) Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan SAM *Skin Clinic*.
3. Variabel (X3) Nilai Pelanggan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan SAM *Skin Clinic*.

5.2 Rekomendasi

Berdasarkan hasil analisis, pembahasan serta kesimpulan penelitian, maka rekomendasi peneliti dapat diberikan sebagai berikut :

1. Bagi Perusahaan

Sebagai perusahaan baru seperti SAM *Skin Clinic* yang bergerak dalam bidang kecantikan, kesehatan kulit dan kelamin yang mana pesaingnya dapat dikategorikan tinggi, SAM *Skin* diharapkan dapat meningkatkan berbagai macam kualitas produk dan pelayanan yang ada saat ini, agar pelanggan merasa puas dan memberikan dampak positif kepada SAM *Skin Clinic*.

Adapun berbagai macam faktor yang dapat mempengaruhi Kepuasan Pelanggan antara lain sebagai berikut:

a. Kualitas Pelayanan

Sebagai perusahaan jasa SAM *Skin Clinic* disarankan untuk meningkatkan kualitas pelayanan seperti, karyawan tanggap mengenai keluhan ataupun pertanyaan-pertanyaan yang diberikan pasien dan melayani pasien sesuai dengan harapan.

b. Nilai Pelanggan

Pada nilai pelanggan SAM *Skin Clinic* disarankan untuk memberikan pelayanan yang maksimal dan sesuai keinginan serta memberikan manfaat sesuai dengan harapan pasien.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

a. Mengkaji citra merek terhadap kepuasan pelanggan menggunakan pendekatan kualitatif.

b. Mengkaji citra merek dengan model jalur/ path yaitu pengaruh citra merek terhadap kepuasan pelanggan yang dimediasi kualitas pelayanan.

c. Peneliti selanjutnya juga diharapkan untuk mencoba menggali aspek-aspek yang belum dibahas dalam penelitian ini sebagai pengembangan penelitian, seperti kualitas produk, fasilitas, promosi dan harga.