

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis variabel *Store image* terhadap kepuasan pelanggan yang sudah diuraikan pada bab sebelumnya, dimana *Store image* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Karsa Utama, dengan besaran variabel *store image* dalam mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah sebesar 0,571 atau 57.1% dari *store image* terhadap kepuasan pelanggan, sedangkan Koefisien hubungan antara variabel terikat dan variabel bebas dalam penelitian ini cukup baik karena berkisar 62%. Sedangkan sisanya sebesar 38% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

5.2 Saran

Berdasarkan Hasil penelitian ditemukan bahwa *store image* yang baik, maka semakin baik pula kepuasan pelanggan. Untuk PT. Karsa Utama, *store image* telah diterapkan dengan baik dibuktikan dengan jawaban responden dan juga hasil regresi, namun hal tersebut masih perlu ditingkatkan. Sehingga adapun saran dalam penelitian ini adalah sebagai berikut ini:

1. Bagi PT. Karsa Utama sebaiknya memperhatikan stok produk dalam toko, sebab ada beberapa dari konsumen yang pulang dari toko tersebut tidak melakukan pembelian dengan alasan bahwa barang yang akan dibeli masih dalam keadaan kosong.

2. Para karyawan PT. Karsa Utama sebaiknya harus memperhatikan dan memperbaiki pelayanan kepada pelanggan, sebab hasil wawancara dengan beberapa pelanggan menyatakan bahwa karyawan pada PT. Karsa utama belum mampu memberikan kepuasan tersendiri bagi pelanggan, masih ada karyawan yang tidak peduli dengan keinginan pelanggan.
3. Bagi mahasiswa yang ingin meneliti kembali tentang kepuasan pelanggan pada PT. Karsa Utama, hendaknya harus diikuti sertakan faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini, seperti kualitas pelayanan dan kualitas produk.