

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

Kualitas produk menunjukkan kemampuan sebuah produk untuk memberikan nilai atau manfaat sesuai dengan yang di inginkan oleh konsumen. Kualitas produk dapat diamati dari kualitas rasa, manfaat yang diberikan, daya tahan, harga, kemasan, aroma, hingga efek samping yang ditimbulkan oleh produk. Bagi konsumen kualitas yang diberikan oleh sebuah produk tentu akan menciptakan kesan positif yang mendorong mereka untuk kembali menggunakan merek produk yang sama sehingga dapat menciptakan suatu loyalitas bagi konsumen tersebut. Banyaknya pesaing sejenis merupakan tantangan bagi toko Syafa Salsabila untuk bertahan dan memperhatikan kualitas produk agar produk yang ditawarkan berbeda dengan pesaing. Karena kualitas produk sangat mempengaruhi loyalitas pelanggan untuk dapat membeli kembali barang yang mereka tawarkan, Adapun tempat untuk penjualannya harus diperhatikan agar pembeli merasa nyaman atau lebih leluasa dalam membeli produk di toko tersebut.

Tuntutan terhadap kualitas suatu produk sudah menjadi suatu keharusan yang harus dipenuhi oleh perusahaan, kalau tidak menginginkan konsumen yang telah dimilikinya beralih kepada produk-produk pesaing lainnya yang dianggap memiliki kualitas produk yang lebih baik. Hal ini menjadi peluang besar bagi para pengusaha yang bergerak dibidang fashion untuk terus mengembangkan

usahanya. Sekarang ini konsumen penggemar fashion memilih suatu produk dengan melihat kualitas produknya, apakah barang tersebut tidak rusak. Konsumen akan memberikan penilaian tersendiri terhadap produk yang akan dipilih sebelum melakukan atau memutuskan suatu pembelian barang, Oleh karena itu produsen atau pengusaha dibidang fashion ini perlu memperhatikan kualitas dari produk yang mereka tawarkan demi menunjang penjualannya suatu produk.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas, maka peneliti memberikan saran sebagai berikut:

1. Toko Syafa Salsabila harus memperhatikan tokonya kembali sehingga orang akan loyal pada toko tersebut, dan juga dapat meningkatkan suatu penjualan yang baik. Jika produknya baik maka akan menunjang pembeli untuk membeli kembali di toko Syafa Salsabila.
2. Toko Syafa Salsabila harus menghadirkan produk-produk terbaru yang lebih menarik dari sebelumnya, dan tempat penjualanya harus diperhatikan kembali agar menarik banyak konsumen.
3. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan agar dapat meneliti dengan variabel-variabel selain yang diteliti, agar dapat memperoleh hasil-hasil yang bervariasi dan lebih berpengaruh.

Daftar pustaka

- .Asmayadi, E. (2015). *The Impact of Service Quality and Product Quality towards Customer Loyalty through Emotional and Functional Values in Traditional Markets in Pontianak , Indonesia*. 7(5), 128–136.
- Basith, A. (2014). *kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan (Survei pada Pelanggan De ' Pans Pancake and Waffle di Kota Malang)*. 11(1).
- Elvi Yuli, P. (n.d.). *Pengaruh Kualitas Pelayanan , Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Lawang Agung Cabang Malang*. 183–196.
- F, L. (2019). *Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Kosmetik Wardah di Transmart Bahu Manado*. 9(3), 18–24.
- Hartini, S. (2015). *The Impact of Service Quality and Product Quality towards Customer Loyalty through Emotional and Functional Values in Traditional Markets in Pontianak , Indonesia*. 7(5), 128–136.
- Hidayat, K. (2014). *kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan (Survei pada Pelanggan De ' Pans Pancake and Waffle di Kota Malang)*. 11(1).
- Karita, N. S. P. (n.d.). *Peran kepuasan pelanggan dalam memediasi pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan pada produk pewangi pakaian molto di kota denpasar*. 715–730.
- Khoirul, M. (n.d.). *Pengaruh Kualitas Pelayanan , Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Lawang Agung Cabang Malang*. 183–196.
- Lestari, A. (n.d.). *dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel MEDIASI (Survei pada Pelanggan Citra Kendedes Cake & Bakery Jl . S . Hatta B3 Kav . A , Kota*. 54(1), 74–81.
- LESTARI, S. P. (2018). *konsumen dengan kepuasan konsumen sebagai variabel intervening (Studi Kasus Pada Rifa Kuliner Kendal)*. 7(3), 25–38.
- Kualitas, P., Dan, P., Pelayanan, K., Loyalitas, T., & Melalui, P. (2015). *Management Analysis Journal*. 4(4), 348–354.
- Minar, D. (2017). *Brand Image and Product Quality on Customer Loyalty (Survey in Cekeran Midun)*. 16(1), 43–50.
- Maftukhah. (2015). *PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MELALUI KEPUASAN PELANGGAN*. 4(4), 348–354.
- Marichs, S. Z. (2017). *PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DAN LOYALITAS PELANGGAN*. 26(01), 105–122.

- Nyoman, D. I. K. (n.d.). *Peran kepuasan pelanggan dalam memediasi pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan pada produk pewangi pakaian molto di kota denpasar*. 715–730.
- Safitri, A. (2017). *Brand Image and Product Quality on Customer Loyalty (Survey in Cekeran Midun)*. 16(1), 43–50.
- TNyonyie, R. A., & Tamengkel, L. F. (2019). *Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Kosmetik Wardah di Transmart Bahu Manado*. 9(3), 18–24.
- Trianah, L., Pranitasari, D., & Marichs, S. Z. (2017). *pelanggan (studi kasus pada pelanggan d ' besto mangun jaya 2 tambun selatan)*. 26(01), 105–122.
- Putri, Y. L. (2017). *PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DENGAN KEPUASAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (Studi Persepsi Pada Pelanggan Dian Comp Ambarawa) Oleh*. 10(19), 70–90.
- Widayatma, C. P. (2018). *konsumen dengan kepuasan konsumen sebagai variabel intervening (Studi Kasus Pada Rifa Kuliner Kendal)*. 7(3), 25–38.
- Yulianto, E. (n.d.). *dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel mediasi (Survei pada Pelanggan Citra Kenedes Cake & Bakery Jl . S . Hatta B3 Kav . A , Kota*. 54(1), 74–81.
- Kotler dan Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip & Gary Amstrong. 2009. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi 12 Jilid 1. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip., Kevin lane keller. (2009). *Manajemen Pemasaran Jilid Satu*. Edisi sKetiga Belas Dialihbahasakan Oleh Bob Sabran, MM. Jakarta