

BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut.

1. Kualitas produk berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Toko Baju Rumah Pernik Kota Gorontalo. Koefisien positif dalam hasil penelitian ini berarti bahwa semakin baik kualitas produk di Toko Baju Rumah Pernik, maka semakin meningkatkan kepuasanpelanggannya yang pada akhirnya pelanggan akan menjadi loyal pada toko.
2. Berdasarkan hasil penelitian diperoleh bahwa trend fashion berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Toko Baju Rumah Pernik Kota Gorontalo. Koefisien positif dalam hasil penelitian ini mempunyai arti bahwa semakin baik trend fashion barang yang ditampilkan untuk dijual oleh Toko Baju Rumah Pernik maka akan semakin puas pelanggan yang berbelanja di toko tersebut.
3. Berdasarkan hasil penelitian diperoleh kualitas produk dan trend fashion secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Toko Baju Rumah Pernik Kota Gorontalo

5.2 Saran

Berdasarkan pada simpulan diatas, maka peneliti dapat memberikan saran dalam penelitian inisebagaiberikut.

1. Bagi pihak Toko Baju Rumah Pernik agar terus meningkatkan kualitas produk yang ditawarkan terlebih untuk spesifikasi produk yang ditawarkan harus dipilah-pilah agar pelanggan dengan mudah untuk melihat produk sesuai dengan kualitas yang ada karena dengan meningkatkan kualitas produk maka nilai kepuasan pelanggan akan menjadi lebih baik sehingga bisa menarik pelanggan dan mempertahankannya sehingga pelanggan tidak akan berpindah pada pesaing lainnya.
2. Dalam upaya meningkatkan kepuasan pelanggan, maka disarankan kepada Toko Baju Rumah Pernik untuk terus berupaya meningkatkan kualitas produknya dengan cara menetapkan dan mempertahankan standar kualitas yang tinggi serta terus berinovasi dalam mendesain produknya dengan terus mengikuti trend perkembangan zaman. Hal ini disebabkan karena kualitas produk yang mengikuti trend fashion memiliki pengaruh yang penting terhadap tingkat kepuasan pelanggan.
3. Hasil koefisien determinasi yang diperoleh dalam penelitian ini sebesar 35,2%, sehingga masih ada 64,8% faktor lain yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan, sehingga bagi peneliti selanjutnya diharapkan mampu mengembangkan model penelitian ini dengan menambahkan variabel lain yang didukung dengan teori dan isu-isu terbaru.

DAFTAR PUSTAKA

- Afnia, Yulia Hastuti. 2018. Pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan.. *Jurnal Samudra Ekonomi Dan Bisnis* Vol 9, No 1 Januari 2018
- Anthony Hartono, Fransisca Andreani. 2019. Pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, dan lingkungan fisik terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel mediasi di de mandailing café Surabaya. *AGORA* Vol 7, No. 1 2019.
- Feliks Anggia Binsar Panjaitan. 2018. Effect of perception of price, perception of product quality, and customer relationship management, towards kfs customer satisfaction in Surabaya. *Prosiding Simposium Internasional TRTF* 2018.
- Gajali Rahman, Rayuwanto. 2020. Pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening (Studi kasus pada rumah makan rocket chicken sampit). *E-Jurnal Kajian Ekonomi, Manajemen & Akuntansi Universitas Darwan Ali – Sampit, Kalimantan Tengah*. Vol. 1 No. 1 2020.
- I.G.A Yulia Purnamasari. 2015. Pengaruh kualitas produk dan harga terhadapkepuasan konsumen produk m2 fashion online di singaraja tahun 2015. *Jurnal jurusan pendidikan ekonomi* Vol. 5 No. 1 Tahun 2015.
- Kotler Philip, Gary M. Armstrong. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Penerbit Pearson/Pretince Hall, 2008.
- Lestari, Sumi. 2020. Analisis Konstruk Fashion Involvement Remaja Pada Masa Pandemi Covid-19. Vol. 11 No 2 Tahun 2020.
- Liung Hon, Tantri Yanuar, Rahmat Syah. 2017. Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Dalam Meningkatkan Loyalitas Di Moderasi Harga. *Jurnal Ekonomi*. Vol 8, Nomor 2, Tahun 2017.
- Md.Ansiul Islam, Mohammad Khadem, Ahmad Sayem. 2012. Survice quality, customer satisfacion and customer loyalty analysis in Bangladesh apparel fashion retail: An empirical study. *Jurnal Internasional Desain Fashion, Teknologi dan Pendidikan*. Vol. 5 No. 3, November 2012.
- Neneng Susanti, Jasmani. 2019. The influence of product quality and service quality on customer satisfaction at mitra 10 in depok. *Jurnal Pemikiran Ilmiah dan Pendidikan Administrasi Perkantoran*. Vol. 5, No. 2 Juli-Desember 2019.
- Olivia Dinar Oktadiani, Nur Laily. 2020. Pengaruh kualitas produk dan citramerek terhadap loyalitas pelanggan dan kepuasan pelanggan pada fast fashion uniqlo di tunjungan plaza mall. *Jurnal ilmu riset manajemen*. Vol 9, No 1, Januari 2020.

- Patrizia Gazzola, Enrica Pavione, Roberta Pazzeti, Daniele Grechi. 2020. Trends in the fashion industry the perception of sustainability and circular economy: A gender/generation quantitative approach.
- Rio Adhi Saputra, Osly Usman, M.Bus. 2020. The influence of prices, product quality and service quality on telkomsel card customer satisfaction.
- Saputri Aulia Amallia, Triyono. 2018. Trend mode fashion, kemenarikan promosi dan orientasi kepuasan konsumen terhadap kinerja penjualan (Studi kasus pada butik Felucy wilayah fatmawati semarang). Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Semarang.
- Siti Nur Fauzyah, Endang M. Sasmita, Bida Sari. 2021. Pengaruh kualitas produk, kualitas layanan, dan harga terhadap kepuasan konsumen pada butik amel pondok gede kota bekasi. *Jurnal IKRA-ITH Ekonomika* Vol 4 No 2 2021.
- Sulis Riptiono, Gunarso Wiwoho. 2018. Examining Islamic religiosity on consumer muslim fashion trend purchase intention. *Kemajuan dalam ekonomi, bisnis dan riset manajemen*. Vol. 86.
- Sugiyono, 2018. *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung; penerbit Alfabeta.