

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

1.1 Kesimpulan

Dari pembahasan pada bab-bab sebelumnya, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Bahwa secara parsial terdapat pengaruh positif dan signifikan Citra perusahaan terhadap *Customer value*. Dengan tingkat signifikan 0,000 lebih kecil dari α 0,05, maka dapat diperoleh H_0 ditolak H_a diterima.
2. Bahwa secara parsial terdapat pengaruh positif dan signifikan *Customer relationship* terhadap *Customer value*. Dengan tingkat signifikan 0,001 lebih kecil dari α 0,05, maka dapat diperoleh H_0 ditolak H_a diterima.
3. Bahwa secara parsial terdapat pengaruh positif dan signifikan Citra perusahaan terhadap Kepuasan Pelanggan. Dengan tingkat signifikan 0,000 lebih kecil dari α 0,05, maka dapat diperoleh H_0 ditolak H_a diterima.
4. Bahwa secara parsial terdapat pengaruh positif dan signifikan *Customer relationship* terhadap Kepuasan Pelanggan. Dengan tingkat signifikan 0,038 lebih kecil dari α 0,05, maka dapat diperoleh H_0 ditolak H_a diterima.
5. Bahwa secara parsial terdapat pengaruh positif dan tidak signifikan *Customer Value* terhadap Kepuasan Pelanggan. Dengan tingkat signifikan 0,276 lebih besar dari α 0,05, maka dapat diperoleh H_0 diterima H_a ditolak.
6. *Customer value* tidak memediasi Citra perusahaan terhadap Kepuasan Pelanggan. Dimana hubungan tidak langsung lebih kecil dari hubungan langsung ($0,035 < 0,905$), maka dapat diperoleh tidak dimediasi.

7. *Customer value* tidak memediasi *Customer relationship* terhadap Kepuasan Pelanggan. Dimana hubungan tidak langsung lebih kecil dari hubungan langsung ($0,021 < 0,068$), maka dapat diperoleh tidak dimediasi.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah dibuat maka penulis mengemukakan beberapa saran kepada UD.Tri putra Padang:

1. Bagi UD.Tri putra Padang
 - a. Untuk pimpinan dari UD.Tri putra Padang, selalu memberikan citra perusahaan, *customer relationship* serta *customer value* yang baik agar kepuasan pelanggan pada UD.Tri putra Padang meningkat.
 - b. Untuk instansi UD.Tri putra Padang, selalu memberikan *customer relationship* dan mencerminkan *customer value* yang baik serta citra perusahaan yang baik kepada setiap pelanggan, agar kepuasan pelanggan pada UD.Tri putra Padang meningkat.
 - c. Untuk pimpinan dari UD.Tri putra Padang, selalu memperhatikan akan *customer value*, agar kepuasan pelanggan pada UD.Tri putra Padang meningkat.

2. Bagi peneliti selanjutnya

Peneliti selanjutnya diharapkan untuk mengembangkan hasil penelitian ini dan melibatkan variabel-variabel yang relevan berkaitan dengan citra perusahaan, *customer relationship* terhadap kepuasan pelanggan melalui *customer value* sebagai *variable intervening*, dan mampu mengembangkan penelitian ini dengan variabel lain yang belum diteliti penulis. Dengan harapan hasil penelitian lebih akurat dan memiliki manfaat yang jauh lebih besar, sehingga UD.Tri putra Padang mampu meningkatkan kepuasan pelanggan pada tahun-tahun berikutnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Akkas, Nasruhlhak. 2016. "Pengaruh Komunikasi Pemasaran Terpadu Terhadap Citra Perusahaan Dan Dampaknya Terhadap Kepuasan Pelanggan Membeli Mobil Pada PT Hadji Kalla Cabang Palu." *Katalogis* 4 (1).
- Cannon et al. 2009. "Pemasaran Dasar Pendekatan Manajerial Global." In 2.
- Farida, Titin. 2017. "Pengaruh Customer Relationship Management Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Investor PT Danareksa Medan." *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis* 17 (1).
- G, Syifa Aulia, Administrasi Bisnis, and Administrasi Bisnis. n.d. "Syifa Aulia G., Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik, Universitas Diponegoro. Agus Hermani DS., Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik, Universitas Diponegoro."
- Hasan, Ali. 2013. "Marketing Dan Kasus-Kasus Pilihan."
- Herman. 2014. "The Relationship between Customer Value and Customer Satisfaction in Face-to-Face Tutorials at Universitas Terbuka." *Asian Association of Open Universities Journal* 9 (1): 105–14.
- Hurriyati, Ratih. 2005. "Bauran Pemasaran Dan Loyalitas Konsumen."
- Keller, Kotler, and Philip Kotler. 2012. "Manajemen Pemasaran Edisi 12." *Jakarta: Erlangga*.
- Khasanah Imroatul. 2015. "Analisis Pengaruh Nilai Pelanggan, Experiential Marketing Dan Rasa Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Hotel Pondok Tingal Magelang)." *Jurnal Studi Manajemen Organisasi* 12 (1): 10–20.

- Kotler & Keller. 2013. "Manajemen Pemasaran." In *Manajemen Pemasaran*, Edisi 12, 20. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip, and G Amstrong. 2002. "Dasar-Dasar Pemasaran. Jilid 1. Alih Bahasa Alexander Sindoro Dan Benyamin Molan." *Jakarta: Prenhalindo*.
- Kusnadi, A M. 2010. "Analisis Customer Relationship Management Dan Service Quality Terhadap Customer Value Melalui Customer Satisfaction Pada Bank Pemerintah Di Surabaya." *DiE: Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Manajemen* 6 (3).
- Mustaan, Mustaan, and Nizar Hamdi. 2021. "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Customer Value, Image, Dan Pemasaran Relasional Terhadap Kepuasan Pelanggan." *VALID Jurnal Ilmiah* 18 (1): 43–55.
- Muzammil, Abdul, Mukhlis Yunus, and Nurdasila Darsono. 2018. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Indihome Pt. Telkom Indonesia Di Banda Aceh Dengan Kepuasan Dan Kepercayaan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi." *Jurnal Manajemen Inovasi* 8 (3).
- Ningsih, Tri. 2016. "Analisis Pengaruh Pemasaran Hubungan Pelanggan, Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Implikasinya Terhadap Loyalitas Pelanggan." *Jurnal Bisnis Dan Iptek* 9 (2): 1559–2502.
- Prasetya, Sera, and Mariaty Ibrahim. 2017. *Pengaruh Nilai Pelanggan Dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Menginap Di Alpha Hotel Pekanbaru*. Riau University.
- Purnama, Rina, and Asmi Ayuning Hidayah. 2019. "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Perusahaan, Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Serta Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Pelanggan." *Tirtayasa Ekonomika* 14 (2): 187–203.

- Safitri, Erwina, Mintarti Rahayu, and Nur Khusniyah Indrawati. 2016. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan Service Center [Studi Pada Pelanggan Samsung Service Center Di Kota Malang]." *Ekonomi Bisnis* 21 (1): 90–104.
- Santoso, Lollen Regina. 2015. "Pengaruh Relationship Marketing Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan Koran Kompas Di Surabaya." *Jurnal Strategi Pemasaran* 3 (1): 1–11.
- Sari, Ossy Olicia. 2019. "Pengaruh Nilai Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Resto Ayam Penyet Cabe Hijau Medan Sunggal)." *Jurnal Strategi Pemasaran* 3 (1): 1–11.
- Senen, Senen, Krisnaldy Krisnaldy, and Gos Ishak. 2021. "PENGARUH GAYA KEPEMIMPINAN TERHADAP MOTIVASI (Studi Kasus Yayasan Nurul Ihsan)." *Jurnal Arastirma* 1 (1): 165–72.
- Sirait, Dodi Putra. 2018. "PENGARUH CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN: The Effect of Relationship Management and Service Quality on Customer Satisfaction." *DIGEST MARKETING* 3 (1): 79–85.
- Sivesan, S. 2012. "Impact of Relationship Marketing on Customer Loyalty on Banking Sectors." *South Asian Journal of Marketing & Management Research* 2 (3): 179–81.
- Sugiharto. 2017. "Analisa Pengaruh Service Quality Terhadap Customer Loyalty Dengan Customer Satisfaction Sebagai Variabel Intervening Celebrity Fitness Center Surabaya." *Jurnal Strategi Pemasaran* 4 (2): 8.
- Tjiptono, Fandy. 2014. *Pemasaran Jasa*. Penerbit Andi. Yogyakarta.

- Wahyono. 2017. "Pengaruh Kualitas Layanan, Nilai Pelanggan Dan Relationship Marketing Dalam Membangun Kepuasan Pelanggan Melalui Citra Perusahaan Sebagai Variabel Intervening." *Management Analysis Journal* 6 (2): 134–41.
- Akkas, Nasruhlhak. 2016. "Pengaruh Komunikasi Pemasaran Terpadu Terhadap Citra Perusahaan Dan Dampaknya Terhadap Kepuasan Pelanggan Membeli Mobil Pada PT Hadji Kalla Cabang Palu." *Katalogis* 4 (1).
- Cannon et al. 2009. "Pemasaran Dasar Pendekatan Manajerial Global." In 2.
- Farida, Titin. 2017. "Pengaruh Customer Relationship Management Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Investor PT Danareksa Medan." *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis* 17 (1).
- G, Syifa Aulia, Administrasi Bisnis, and Administrasi Bisnis. n.d. "Syifa Aulia G., Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik, Universitas Diponegoro. Agus Hermani DS., Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik, Universitas Diponegoro."
- Hasan, Ali. 2013. "Marketing Dan Kasus-Kasus Pilihan."
- Herman. 2014. "The Relationship between Customer Value and Customer Satisfaction in Face-to-Face Tutorials at Universitas Terbuka." *Asian Association of Open Universities Journal* 9 (1): 105–14.
- Hurriyati, Ratih. 2005. "Bauran Pemasaran Dan Loyalitas Konsumen."
- Keller, Kotler, and Philip Kotler. 2012. "Manajemen Pemasaran Edisi 12." *Jakarta: Erlangga*.
- Khasanah Imroatul. 2015. "Analisis Pengaruh Nilai Pelanggan, Experiential Marketing Dan

Rasa Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Hotel Pondok Tingal Magelang).” *Jurnal Studi Manajemen Organisasi* 12 (1): 10–20.

Kotler & Keller. 2013. “Manajemen Pemasaran.” In *Manajemen Pemasaran*, Edisi 12, 20. Jakarta: Erlangga.

Kotler, Philip, and G Amstrong. 2002. “Dasar-Dasar Pemasaran. Jilid 1. Alih Bahasa Alexander Sindoro Dan Benyamin Molan.” *Jakarta: Prenhalindo*.

Kusnadi, A M. 2010. “Analisis Customer Relationship Management Dan Service Quality Terhadap Customer Value Melalui Customer Satisfaction Pada Bank Pemerintah Di Surabaya.” *DiE: Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Manajemen* 6 (3).

Mustaan, Mustaan, and Nizar Hamdi. 2021. “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Customer Value, Image, Dan Pemasaran Relasional Terhadap Kepuasan Pelanggan.” *VALID Jurnal Ilmiah* 18 (1): 43–55.

Muzammil, Abdul, Mukhlis Yunus, and Nurdasila Darsono. 2018. “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Indihome Pt. Telkom Indonesia Di Banda Aceh Dengan Kepuasan Dan Kepercayaan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi.” *Jurnal Manajemen Inovasi* 8 (3).

Ningsih, Tri. 2016. “Analisis Pengaruh Pemasaran Hubungan Pelanggan, Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Implikasinya Terhadap Loyalitas Pelanggan.” *Jurnal Bisnis Dan Iptek* 9 (2): 1559–2502.

Prasetya, Sera, and Mariaty Ibrahim. 2017. *Pengaruh Nilai Pelanggan Dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Menginap Di Alpha Hotel Pekanbaru*. Riau University.

- Purnama, Rina, and Asmi Ayuning Hidayah. 2019. "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Perusahaan, Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Serta Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Pelanggan." *Tirtayasa Ekonomika* 14 (2): 187–203.
- Safitri, Erwina, Mintarti Rahayu, and Nur Khusniyah Indrawati. 2016. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan Service Center [Studi Pada Pelanggan Samsung Service Center Di Kota Malang]." *Ekonomi Bisnis* 21 (1): 90–104.
- Santoso, Lollen Regina. 2015. "Pengaruh Relationship Marketing Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan Koran Kompas Di Surabaya." *Jurnal Strategi Pemasaran* 3 (1): 1–11.
- Sari, Ossy Olicia. 2019. "Pengaruh Nilai Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Resto Ayam Penyet Cabe Hijau Medan Sunggal)." *Jurnal Arastirma* 1 (1): 165–72.
- Senen, Senen, Krisnaldy Krisnaldy, and Gos Ishak. 2021. "PENGARUH GAYA KEPEMIMPINAN TERHADAP MOTIVASI (Studi Kasus Yayasan Nurul Ihsan)." *Jurnal Arastirma* 1 (1): 165–72.
- Sirait, Dodi Putra. 2018. "PENGARUH CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN: The Effect of Relationship Management and Service Quality on Customer Satisfaction." *DIGEST MARKETING* 3 (1): 79–85.
- Sivesan, S. 2012. "Impact of Relationship Marketing on Customer Loyalty on Banking Sectors." *South Asian Journal of Marketing & Management Research* 2 (3): 179–81.
- Sugiharto. 2017. "Analisa Pengaruh Service Quality Terhadap Customer Loyalty Dengan

Customer Satisfaction Sebagai Variabel Intervening Celebrity Fitness Center Surabaya.”

Jurnal Strategi Pemasaran 4 (2): 8.

Tjiptono, Fandy. 2014. *Pemasaran Jasa*. Penerbit Andi. Yogyakarta.

Wahyono. 2017. “Pengaruh Kualitas Layanan, Nilai Pelanggan Dan Relationship Marketing Dalam Membangun Kepuasan Pelanggan Melalui Citra Perusahaan Sebagai Variabel Intervening.” *Management Analysis Journal* 6 (2): 134–41.

Tjiptono. (2014). *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: penerbit ANDI.

Ismail. (2012). *Strategi Pemasaran untuk Membangun Citra dan Loyalitas Merek, Survei pada Pelanggan Provider Seluler GSM Prabayar Telkomsel, Indosat, dan XL di Makassar*. Bogor. IPB Press.

John M.T.Balmer. (2017). *Coorporate heritage brands, augmented role identity and customer satisfaction*.

Nur Cahya. (2018). *Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk, Citra perusahaan dan Layanan Purna Jual terhadap Keputusan Pembelian dan Dampaknya terhadap Kepuasan Pelanggan smartphone asus studi kasus di PT. DATASCRIP*.

Detha Misgi. (2015). *The Influence Of Brand Image, Brand Trust and Customer Satisfaction On Brand Loyalty (case of samsung smartphone)*.

Argaradian & Wahyono. (2017). *Pengaruh Kualitas Layanan, Nilai Pelanggan dan Hubungan Relasi Pelanggan dalam membangun Kepuasan Pelanggan melalui Citra Perusahaan sebagai variabel intervening*.

Herman. (2019). *The Relationship Marketing betwen Customer Value and Customer Satisfaction in Face-to-face Tutorials at Universitas Terbuka*.

Imoratul Khasanah. (2015). *Analisis Pengaruh Nilai Pelanggan, Experiential Marketing dan Rasa Kepercayaan terhadap Kepuasan Pelanggan (studi kasus hotel pondok tinggal Magelang)*.

Lollen Regina. (2015). *Pengaruh Relationship Marketing terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan koran Kompas Surabaya*.

Kotler, Philip dan Keller. (2013). *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12. Jakarta:Erlangga.

Udaryono. 2017. *Metode Penelitian*. Jakarta: Pt Raja Grafindo PersadaS.

Ali Hasan, 2013, Marketing, Cetakan Pertama, Center For Academic Publishing Service
Yogyakarta