

## **BAB V**

### **SIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Simpulan**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah di bahas sebelumnya mengenai pengaruh harga, citra merek, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Toko Parfum Perfume Lab, simpulan penelitian ini dapat di rangkum sebagai berikut :

- 1) Variabel Harga (X1) tidak pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Toko Parfum Perfume Lab. Artinya, pelanggan lebih peduli dengan kualitas parfum, aroma, ketahanan, dan bahan-bahan yang digunakan daripada harga.
- 2) Variabel Citra Merek (X2) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Toko Parfum Perfume Lab. Artinya pelanggan Perfume Lab merasa lebih puas ketika citra merek sesuai dengan harapan dan persepsi mereka tentang produk. Oleh karena itu memperkuat citra merek memiliki jenis dan kualitas bahan baku seperti Molekul fixative (pengikat wangi) → beberapa bahan seperti ambergris, musk, dan resinoid berfungsi sebagai fiksatif yang memperlambat penguapan aroma, sehingga parfum lebih tahan lama
- 3) Variabel Kualitas Pelayanan (X3) memiliki positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Toko Parfum Perfume Lab. Artinya Kualitas Pelayanan adalah faktor penting yang bahwa layanan yang baik dan responsif sangat penting untuk meningkatkan kepuasan pelanggan Perfume Lab.

#### **5.2 Saran**

Berdasarkan hasil penelitian dan temuan yang diperoleh, peneliti menawarkan saran-saran berikut untuk mengatasi permasalahan yang dibahas dalam penelitian ini. Saran-saran ini diharapkan dapat memberikan kontribusi berharga bagi perusahaan dan peneliti selanjutnya:

## 1. Bagi Perusahaan

a. Pada Variabel Harga, Pada Perfume Lab yang di mana tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan karena, pelanggan lebih peduli dengan kualitas parfum, aroma, ketahanan, dan bahan-bahan yang digunakan daripada harga serta Loyalitas Merek yang tidak terlalu sensitif terhadap perubahan harga dan nilai yang sepadan kualitas produk yang mereka terima

b. Pada Variabel citra merek disarankan membangun citra sebagai merek parfum berkualitas, terpercaya, dan relevan dengan kebutuhan pelanggan supaya memiliki jenis dan kualitas bahan baku seperti Molekul fixative (pengikat wangi) beberapa bahan seperti ambergris, musk, dan resinoid berfungsi sebagai fiksatif yang memperlambat penguapan aroma, sehingga parfum lebih tahan lama serta membagikan pengalaman mereka menggunakan Perfume Lab

c. Pada variabel kualitas pelayanan disarankan Perfume Lab bisa memberikan fitur verifikasi program loyalitas seperti poin reward atau cashback untuk pelanggan yang sering berbelanja, jika terjadi kesalahan layanan dalam pemesanan pelanggan bisa melaporkan keluhan kepada karyawan Perfume Lab, seperti pengiriman ulang atau pengembalian dana (refund) supaya komunikasi antara Perfume Lab dengan pelanggan Perfume Lab semakin meningkat.

## 2. Bagi Peneliti Selanjutnya

a. Penelitian memberikan wawasan yang mendalam dan menambah pengetahuan yang ada pada toko parfum perfume lab. Peneliti selanjutnya sangat disarankan untuk memanfaatkan penelitian ini sebagai dasar dan mengembangkan penelitian lebih lanjut dengan memasukan variabel tambahan yang belum di pelajari sebelumnya. Dengan memperluas cakupan penelitian, peneliti dapat memberikan perspektif yang lebih komprehensif dan mendalam, yang pada akhirnya akan meningkatkan pemahaman tentang harga, citra merek, dan kualitas pelayanan serta preferensi kepuasan pelanggan.

b. Nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 74,1% menunjukkan bahwa variabel Harga ( $X_1$ ), Citra Merek ( $X_2$ ), dan Kualitas Pelayanan ( $X_3$ ) secara Bersama-sama mampu menjelaskan 74,1% variasi dalam kepuasan pelanggan beli Parfum Perfume Lab. Peneliti selanjutnya disarankan memperluas cakupan penelitian dengan memasukan variabel tambahan.