

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan pada bab sebelumnya, maka dari penelitian ini dapat diambil kesimpulan yaitu sebagai berikut:

1. Variabel promosi penjualan mempunyai pengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap kepuasan pelanggan pada TOP 100 Aviari Batu Aji.
2. Variabel citra merek mempunyai pengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap kepuasan pelanggan pada TOP 100 Aviari Batu Aji.
3. Variabel promosi penjualan dan citra merek mempunyai pengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap kepuasan pelanggan pada TOP 100 Aviari Batu Aji.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan yang didapat dari penelitian ini, ada beberapa saran yang perlu peneliti sampaikan sebagai berikut:

1. Terkait dengan promosi penjualan terhadap produk Mitu tisu bayi, TOP 100 Aviari Batu Aji harus lebih meningkatkan promosi penjualan dengan melalui media yang lebih menarik sehingga pelanggan mengetahui mengenai promosi penjualan tersebut.
2. Terkait dengan citra merek terhadap produk Mitu tisu bayi TOP 100, Aviari Batu Aji diharapkan dapat terus meningkatkan dan mempertahankan citra

merek produk Mitu tisu bayi karena hal tersebut akan berdampak pada kepuasan pelanggan.

3. Peneliti selanjutnya disarankan meneliti variabel lain yang mempengaruhi kepuasan pelanggan, seperti variabel harga, pelayanan sehingga penelitian selanjutnya menjadi lebih bervariasi. Agar kedepannya meneliti variabel-variabel yang belum diteliti dalam penelitian ini.