

BAB V

SIMPULAN, KETERBATASAN PENELITIAN DAN SARAN

A. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa :

1. Citra Merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen produk Eiger Adventure di Yogyakarta.
2. Kualitas persepsian produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen produk Eiger Adventure di Yogyakarta.
3. Citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen produk Eiger Adventure di Yogyakarta.
4. Kualitas persepsian produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen produk Eiger Adventure di Yogyakarta.
5. Kepuasan konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen Eiger Adventure di Yogyakarta.
6. Kepuasan konsumen pada Eiger Adventure di Yogyakarta memiliki peran untuk memediasi pengaruh antara citra merek terhadap loyalitas konsumen.
7. Kepuasan konsumen pada Eiger Adventure di Yogyakarta memiliki peran untuk memediasi pengaruh antara kualitas persepsian produk terhadap loyalitas konsumen.

B. Keterbatasan Penelitian

Pada penelitian yang dilakukan, penulis telah berusaha maksimal dengan hasil yang diharapkan, namun penulis menyadari adanya keterbatasan pada penelitian ini. Adapun keterbatasan penelitian, yaitu:

1. Pada penelitian ini, peneliti hanya mendapatkan 200 sampel dari seluruh konsumen pengguna produk Eiger adventure yang seharusnya bisa mengumpulkan jumlah yang lebih banyak untuk memaksimalkan hasil penelitian.
2. Mayoritas responden yang menjadi sampel adalah pelajar dan mahasiswa yang memiliki usia yang rata rata hampir sama, sehingga mengurangi keragaman pendapat pada hasil kuesioner.

C. Saran

Berdasarkan hasil penelitian, terdapat saran dan masukan yang peneliti berikan adalah sebagai berikut :

1. Bagi peneliti selanjutnya disarankan menggunakan variabel lain atau menambahnya, mungkin dengan variabel persepsi harga dan promosi untuk menambah kualitas dan daya prediksi yang lebih baik lagi.
2. Bagi perusahaan Eiger Adventure diharapkan untuk tetap menjaga kestabilan citra merek dan kualitas produk yang baik untuk mengutamakan kepuasan bagi para konsumen mendapatkan timbal balik yang positif.