

## **BAB V**

### **SIMPULAN DAN SARAN**

#### **A. Simpulan**

Berdasarkan analisis data dan pembahasan yang dilakukan, maka dapat diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Nilai Persepsian berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
2. Nilai Persepsian berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan pelanggan.
3. Nilai Persepsian berpengaruh positif dan signifikan terhadap komitmen pelanggan.
4. Kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan pelanggan.
5. Kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap komitmen pelanggan.
6. Kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap komitmen pelanggan.
7. Kepuasan mampu memediasi nilai Persepsian terhadap komitmen pelanggan.
8. Kepercayaan tidak mampu memediasi nilai Persepsian terhadap komitmen pelanggan.

9. Kepuasan mampu memediasi Nilai Persepsian terhadap Komitmen Pelanggan meskipun pengaruh langsung antara Nilai Persepsian terhadap Komitmen lebih besar pengaruhnya dibanding mediator

## **B. Keterbatasan Penelitian**

Berdasarkan hasil pada penelitian dapat disimpulkan batasan-batasan pada penelitian ini sebagai berikut :

1. Penelitian ini hanya dilakukan di satu tempat PT Madina Prima Indonesia yang berada di Tangerang.

## **C. Saran**

Berdasarkan hasil analisis dan kesimpulan maka saran yang dapat diberikan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk penelitian selanjutnya, diharapkan menggunakan sampel yang lebih banyak, serta memperluas jangkauan geografis subjek penelitian.
2. Untuk pemasar diharapkan tidak hanya mencari pelanggan baru, tetapi juga harus mempertahankan pelanggan yang sudah ada.
3. Pemasar harus mempertahankan nilai persepsian , agar pelanggan tetap komitmen, dan akan menciptakan pelanggan-pelanggan baru yang komitmen.