**BAB V**

**KESIMPULAN DAN SARAN**

1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dari pembahasan yang telah diuraikan pada bab sebelumnya dan pengujian yang telah dilakukan maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil Uji F menyatakan variabel *brand image,* referensi kelompok, dan kepercayaan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Klinik Baety Rahma Husada Boyolali.
2. Hasil Uji t:
	1. *Brand image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Klinik Baety Rahma Husada Boyolali.
	2. Referensi kelompok berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Klinik Baety Rahma Husada Boyolali.
	3. Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Klinik Baety Rahma Husada Boyolali.
3. Hasil Analisis Koefisien Determinasi (R2) diperoleh hasil sebesar 0,836 atau 83,6%. Artinya bahwa variabel *brand image,* refrensi mampu menjelaskan sebesar 83,6% terhadap kepuasan pelanggan Klinik Baety Rahma Husada Boyolali. Sedangkan sisanya sebesar 17,4% dijelaskan oleh variabel lainnya yang tidak dimasukkan dalam model regresi.
4. Saran

 Dari hasil penelitian yang telah dilakukan, adapun saran yang disampaikan adalah sebagai berikut:

1. Bagi Klinik Baety Rahma Husada Boyolali, diharapkan untuk terus meningkatkan kepercayaan pelanggan yang selama ini sudah tercipta dengan tetap mempertahankan *brand image* untuk memprioritasan kepuasan pelanggan Klinik Baety Rahma Husada Boyolali.
2. Klinik Baety Rahma Husada diharapkan untuk selalu memperhatikan kualitas pelayanan sehingga dapat memperluas referensi kelompok untuk dapat mempromosikan Klinik ke berbagai relasi sehingga ada rekomendasidari sumber terpercaya jika pelanggan mendapatkan kepuasan.
3. Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan dapat mengembangkan penelitian ini dengan meneliti faktor lain yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan. Seperti kualitas pelayanan, kualitas produk dan lain-lain yang memberikan kontribusi terhadap kepuasan pelanggan.