

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan pengolahan data dan pembahasan hasil yang telah disusun pada bab sebelumnya, maka dapat diambil beberapa kesimpulan mengenai tingkat kepuasan konsumen pengguna produk pemutih kulit wajah “P” pada remaja perempuan SMA “X” sebagai berikut :

1. Sebagian besar remaja perempuan SMA “X” (55 orang) pada umumnya merasakan kurang puas terhadap produk pemutih kulit wajah “p” dan sebagian lainnya merasa puas dan netral.
2. Kurang puas yang dirasakan remaja perempuan SMA “X” di Bandung dalam masing-masing aspek secara berurutan mulai dari yang paling kurang memuaskan sampai yang paling sedikit kurang puas yaitu pada aspek *price, promotion, produk, place*.
3. Pada aspek *produk* dirasakan kurang puas dalam hal keawetan dan keandalan “p”.
4. Pada aspek *price* remaja perempuan merasa kurang puas karena harga “p” terlalu mahal.
5. Pada aspek *place* remaja perempuan merasa kurang puas karena kurang lengkapnya informasi yang tersedia di lokasi penjualan “p” dan SPG kurang kooperatif.

6. Pada aspek *promotion* dirasakan kurang puas dalam hal penjangkauan promosi “*p*” di dalam sekolah.
7. Berdasarkan data penunjang, alasan remaja terus menggunakan “*P*” walaupun merasa kurang puas adalah adanya perubahan pada kulit wajah mereka.
8. Berdasarkan data penunjang, harapan remaja terhadap “*p*” adalah agar “*p*” lebih meningkatkan kualitas dan mutu.

5.2 Saran

Sehubungan dengan kesimpulan yang diperoleh dari penelitian ini, maka peneliti mengajukan beberapa saran berupa :

5.2.1 Saran Teoritis

Bagi peneliti selanjutnya yang memiliki masalah yang sama disarankan untuk meneliti kepuasan konsumen dihubungkan dengan variabel lain sehingga hasil yang didapat akan lebih beragam.

5.2.2 Saran Praktis

Bagi perusahaan “*p*” :

1. Sebaiknya “*p*” lebih ditingkatkan lagi kualitas produknya agar hasil yang diharapkan oleh remaja perempuan dapat terlihat lebih nyata.

2. Diharapkan “*p*” dapat menurunkan harga penjualan disesuaikan dengan kebutuhan para remaja perempuan.
3. Sebaiknya “*p*” dilengkapi dengan katalog atau informasi yang lengkap untuk memudahkan remaja perempuan menyesuaikan kondisi kulit wajahnya dengan jenis “*p*” yang akan dibeli.
4. Sebaiknya “*p*” melakukan promosi langsung ke sekolah-sekolah agar dapat melakukan penyuluhan seputar kesehatan kulit wajah dan hubungannya dengan “*p*”, sehingga janji “*P*” di media komunikasi dapat lebih dipercaya oleh masyarakat terutama kalangan remaja perempuan.