

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Dari hasil penelitian tentang pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen, maka penulis menarik kesimpulan, sebagai berikut:

1. Dari tanggapan hasil kuesioner yang diperoleh penulis, sebagian besar responden menilai bahwa kualitas produk yang dimiliki PT. Multi Garmenjaya memuaskan dan sangat memuaskan. Hal ini berarti bahwa konsumen sudah merasa puas dan sangat puas dari kualitas produk yang dimiliki oleh PT. Multi Garmenjaya.
2. Nilai  $\alpha$  yang diperoleh penulis adalah sebesar 0,000; dimana nilai tersebut berada di bawah 0,05 yang berarti penolakan  $H_0$ . Hal ini berarti kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, dimana semakin besar kualitas yang diberikan maka semakin besar juga kepuasan yang dirasakan konsumen.
3. Nilai  $R^2$  yang diperoleh berdasarkan hasil prosedur SPSS regresi linear berganda adalah sebesar 0,862; yang berarti bahwa konstruk kepuasan konsumen dijelaskan sebesar 86,2% oleh konstruk kualitas produk. Sedangkan sisanya sebesar 13,8% dijelaskan oleh faktor lain diluar model penelitian ini.
4. Persamaan regresi linier sederhana yang diperoleh dari hasil prosedur SPSS adalah:  $Y = 8,577 + 0,925X$ . Hal ini menunjukkan bahwa ada

hubungan yang kuat antara kualitas produk dan kepuasan konsumen, maka kenaikan maupun penurunan salah satu dari kedua variabel tersebut akan menaikkan atau menurunkan variabel lainnya karena hubungannya saling mempengaruhi.

5. Nilai korelasi yang diperoleh penulis berdasarkan hasil prosedur SPSS *Spearman* adalah sebesar 0,911. Hal ini berarti hubungan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen memiliki korelasi yang kuat menuju sempurna.
6. Besarnya kontribusi variabel kualitas produk terhadap kepuasan konsumen yang penulis peroleh adalah sebesar 82,99%. Yang artinya sebanyak 82,99% kepuasan konsumen dipengaruhi oleh kualitas produk yang dirasakan. Sedangkan sisanya yaitu sebesar 17,01% dipengaruhi faktor-faktor lain yang tidak diteliti, seperti harga, promosi, saluran distribusi, atmosfer, pelayanan dan lain-lain yang menjadi faktor dalam menilai kepuasan konsumen.
7. Dari uji hipotesis yang penulis lakukan didapat  $t_{hitung}$  sebesar 21,86 dan  $t_{tabel}$  sebesar 2,3650. Yang menyimpulkan bahwa  $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Menurut rumusan hipotesis, hal tersebut berarti **“Kualitas Produk berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen”**.

## 5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas, maka penulis mempunyai saran bagi penelitian selanjutnya maupun bagi perusahaan, yaitu:

1. Dilakukan penelitian terhadap faktor lain, misalnya penelitian terhadap kualitas pelayanan, promosi, harga, dan lain-lainnya, yang mempunyai pengaruh terhadap kepuasan konsumen. Melalui penelitian ini diharapkan agar dapat diketahui besarnya pengaruh dan dampaknya terhadap kemajuan perusahaan.
2. Sebaiknya perusahaan memperhatikan dan memperbaiki hal-hal yang membuat konsumen masih merasa tidak puas atau sangat tidak puas terhadap kualitas produk yang ada, yang dimana menurut konsumen hal tersebut merupakan faktor yang penting atau sangat penting untuk diperhatikan. Hal-hal tersebut meliputi kerapihan kemasan produk, model kemasan yang menarik, kesesuaian penempatan kancing pada produk, kesesuaian penempatan saku, kesesuaian kemasan yang dipakai, dan lamanya produk tersebut dapat dipakai.
3. Perusahaan harus tetap mempertahankan standar kualitas produk yang sudah ada dan lebih baik lagi jika standar kualitas produk yang ada lebih ditingkatkan.
4. Perusahaan harus memiliki keunggulan produk yang lebih baik daripada pesaing agar dapat menguasai pasar lokal dan pasar internasional yang lebih baik daripada pesaing.
5. Perusahaan harus dapat mempertahankan karakteristik utama atau ciri khas utama dari produk-produknya.
6. Harga produk yang ditawarkan perusahaan harus stabil (sesuai dengan harga pasar) dengan tidak terlalu sering melakukan perubahan harga.

7. Untuk dapat menarik perhatian konsumen baru dan mempertahankan pelanggan yang sudah ada, perusahaan harus mempunyai program-program seperti memberikan bonus atau hadiah langsung pada setiap konsumen yang membeli produk, mengadakan undian berhadiah, lebih meningkatkan layanan purna jualnya, ataupun dengan sering aktif dalam kegiatan pensponsoran.
8. Diharapkan perusahaan dapat menampung kritik dan saran dari konsumen dengan menyediakan kotak khusus bagi konsumen pada setiap gerai penjualan produk yang dimiliki perusahaan, agar kepercayaan konsumen terhadap produk-produk milik perusahaan tidak memudar.
9. Perusahaan harus terus mengikuti trend *fashion* yang menjadi keinginan konsumen yang ada pada pasar lokal maupun pasar internasional.
10. Perusahaan harus dapat memperbanyak lagi variasi model dari produk-produknya tetapi sesuai dengan keinginan konsumen baik dari pasar lokal maupun dari pasar internasional.