

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan penelitian yang telah dilakukan dan jelaskan pada bab sebelumnya, maka dapat tarik beberapa kesimpulan yaitu sebagai berikut:

1. Kualitas produk (X1) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, t hitung adalah 3,517 sedangkan nilai t tabel dengan 0,05 adalah 1,981 maka $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ dengan nilai signifikansi = $0,001 < 0,05$. Dari perhitungan diatas dapat diketahui bahwa variabel (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel (Y). Hal ini dapat disimpulkan H_1 diterima.
2. Harga (X2) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, t hitung adalah 4.797 sedangkan nilai t tabel dengan presisi 0,05 adalah 1,981 maka $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ dengan nilai signifikansi = $0,003 < 0,05$. Dari perhitungan diatas dapat diketahui bahwa variabel (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel (Y). Hal ini dapat disimpulkan H_2 diterima.
3. Terdapat pengaruh variabel bebas secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel terikatnya dilakukan dengan menggunakan uji f. Hasil perhitungan statistik menghasilkan tingkat signifikansi sebesar 0,000 dan diketahui besarnya nilai f adalah 61.901. Selanjutnya untuk nilai f tabel

yaitu 3,08 maka hasil uji secara serempak diketahui besarnya nilai f hitung $61,901 > 3,08$ dengan signifikansi $0,000 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa variabel kualitas produk dan harga mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen secara bersama-sama karena f hitung $> f$ tabel dan tingkat signifikansinya lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian model regresi ini dapat digunakan untuk mengukur tingkat kepuasan konsumen. Hal ini juga berarti bahwa hipotesis (H_3) diterima.

5.2. Saran

1. Dari hasil penelitian yang di lakukan, variabel kualitas berpengaruh dalam mempengaruhi kepuasan konsumen. Hendaknya PT Hansway Indonesia memperhatikan, mempertahankan dan meningkatkan kualitas produk yang tidak sesuai harapan konsumen.
2. Dari hasil penelitian di bab sebelumnya, variabel harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Oleh karena itu, bagi perusahaan yang ingin meningkatkan kepuasan konsumen yang harus di lakukan adalah dengan menawarkan harga terjangkau agar dapat meningkatkan penjualan yang berdampak terhadap perusahaan serta mempertahankan pangsa pasar yang ada

3. Kepuasan konsumen di pengaruhi oleh kualitas produk dan harga sebesar 53,2% sisanya di pengaruhi oleh variabel lain. Diharapkan dalam penelitian selanjutnya dapat menambah variabel-variabel lain yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen seperti kualitas pelayanan, promosi maupun yang lainnya yang mempunyai kemungkinan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen