

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan untuk mengetahui pengaruh harga, merek dan kualitas produk maka dapat ditarik kesimpulannya sebagai berikut:

1. Berdasarkan dari hasil penelitian yang dilakukan maka dapat disimpulkan bahwa variabel harga mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan di PT Karya Sukses Permata. Hal ini terlihat dari uji t yang dilakukan dengan nilai thitung lebih besar dari ttabel, dengan tingkat signifikan lebih kecil dari taraf signifikansi, sehingga H_0 ditolak dan H_1 diterima, maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis variabel harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di PT Karya Sukses Permata.
2. Berdasarkan dari hasil penelitian yang dilakukan maka dapat disimpulkan bahwa variabel merek mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan di PT Karya Sukses Pemata. Hal ini terlihat dari uji t yang dilakukan dengan nilai thitung lebih besar dari ttabel, dengan tingkat signifikan lebih kecil dari taraf signifikansi. Hal ini berarti bahwa merek berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di PT Karya Sukses Permata.
3. Berdasarkan dari hasil penelitian yang dilakukan maka dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas produk mempunyai pengaruh yang signifikan

terhadap kepuasan pelanggan di PT Karya Sukses Pemata. Hal ini terlihat dari uji t yang dilakukan dengan nilai thitung lebih besar dari ttabel, dengan tingkat signifikan lebih kecil dari taraf signifikansi. Hal ini berarti bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di PT Karya Sukses Pemata.

4. Berdasarkan penelitian yang dilakukan uji F, hasil uji F di peroleh nilai Fhitung lebih besar dari Ftabel, dengan tingkat signifikansi jauh lebih kecil dari taraf signifikansi, maka H_0 ditolak atau H_4 diterima, sehingga dapat disimpulkan hipotesis harga, merek dan kualitas produk secara bersamaan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan di PT Karya Sukses Pemata.
5. Nilai *R square* sebesar 0,646 sehingga dapat disimpulkan kontribusi variabel harga, merek dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan yang dinyatakan dengan nilai persentase sebesar 64,6% sedangkan sisanya 35,4% dapat dijelaskan oleh faktor – faktor lain. Hal ini dapat dikatakan bahwa variabel yang diambil penelitian ini mampu memberikan gambaran mengenai faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan.

5.2. Saran

Sehubungan dengan hal-hal yang telah penulis kemukakan diatas, maka disini penulis akan memberikan sedikit saran yang sekiranya dapat bermanfaat bagi perusahaan dan mendukung pemecahan masalah serta untuk mencapai tujuan perusahaan, yaitu:

1. Berdasarkan hasil penelitian mengenai harga terlihat bahwa perusahaan tidak boleh mengabaikan faktor persaingan, lebih memperhatikan pada harga yang akan ditetapkan. Harga yang terjangkau menjadi salah satu hal yang menarik perhatian pelanggan. Oleh karena itu hendaknya pihak perusahaan harus benar-benar tepat dalam menetapkan harga dengan diimbangi kualitas beras yang baik agar kepuasan pelanggan semakin meningkat dan tidak beralih ke pihak lain.
2. Berdasarkan hasil penelitian mengenai merek terlihat bahwa untuk merek harus memperhatikan merek pesaing laindan meningkatkan merek yang sudah cukup baik agar kepuasan pelanggan semakin meningkat dan tidak beralih kemerek lainnya.
3. Berdasarkan hasil penelitian mengenai kualitas produk, terlihat bahwa keterjangkauan kualitas produk sudah cukup baik, akan tetapi lebih ditingkatkan lagi dalam daya tahan beras, pulen, enak dan wangi terhadap kepuasan pelanggan.
4. Untuk penelitian selanjutnya diharapkan untuk mnggunakan lebih banyak perusahaan, sehingga dapat digunakan sebagai dasar generalisasi.
5. Untuk penelitian yang akan datang disarankan untuk mencari ruang lingkup populasi yang berbeda dan lebih luas dari populasi penelitian ini.
6. Untuk penelitian selanjutnya diharapkan untuk memasukkan faktor-faktor eksternal dari perusahaan.