

## **BAB V**

### **SIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Simpulan**

Berdasarkan hasil penelitian serta pembahasan mengenai Pengaruh diferensiasi produk dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada produk fashion Thenblank di kota Batam maka bisa ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Dimensi Diferensiasi Produk jika di uji secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Berdasarkan hasil penelitian tersebut, maka dapat diketahui bahwa bentuk, daya tahan, keandalan, fitur, kinerja, kesesuaian, gaya serta rancangan pada produk fashion Thenblank yang berkaitan dengan dimensi Diferensiasi produk memuaskan konsumen. Thenblank selaku pemilik dapat memberikan produk secara unik dan berbeda sehingga variabel Diferensiasi Produk diterima.
2. Dimensi Kualitas Produk jika di uji secara parsial berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen. Berdasarkan hasil penelitian tersebut maka dapat diketahui bahwa kinerja, tampilan, kehandalan, kesesuaian, daya tahan, kemampuan pelayanan, keindahan, dan kualitas yang dipersepsikan pada produk yang dihasilkan oleh Thenblank yang berkaitan dengan dimensi Kualitas Produk dapat memuaskan konsumen. Produk dinilai memiliki kualitas yang baik serta efisien dalam kesesuaian kegunaan produk, maka dari itu dimensi Kualitas Produk diterima.
3. Berdasarkan hasil penelitian uji simultan, variabel Diferensiasi Produk dan Kualitas Produk secara bersama-sama mempengaruhi kepuasan konsumen

pada perusahaan Thenblank, artinya semakin tinggi nilai kualitas produk dan diferensiasi produk yang diberikan oleh Thenblank, maka semakin tinggi juga tingkat kepuasan konsumen.

## 5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan dari penelitian yang telah dilakukan, maka saran yang diajukan untuk melengkapi hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Disarankan untuk perusahaan Thenblank selaku pemilik produk untuk terus meningkatkan diferensiasi produk dengan melakukan penambahan fitur-fitur pembeda pada produk secara berkala seperti anti noda, anti luntur atau perbedaan pada bentuk, serta memberikan informasi mengenai cara merawat produknya diberbagai sosial media ataupun di packingnya (*card*).
2. Begitupun dengan kualitas produk, peneliti mengharapkan Thenblank meningkatkan kualitas produknya seperti kesesuaian produk terhadap katalog dengan yang aslinya saat membeli di *E-Commerce*.
3. Peneliti juga berharap Thenblank dapat meningkatkan kedua variabel (Diferensiasi Produk dan Kualitas Produk) dikarenakan dengan cara hal ini dapat meningkatkan kepuasan konsumen yang melakukan pembelian.
4. Untuk penelitian selanjutnya disarankan dapat melihat faktor lain yang mempengaruhi kepuasan konsumen seperti kemudahan akses untuk mendapatkan produk dan juga pelayanan konsumen, dan juga harga. Hal ini berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan bahwa variabel diferensiasi produk dan kualitas produk hanya memiliki pengaruh sebesar 78,27% terhadap kepuasan konsumen pada produk fashion Thenblank. Sedangkan sisanya yaitu sebesar 21.3% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diuji dalam penelitian ini.