

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

1. Kualitas produk (X_1) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y) pada PT Lotus Karya Globalindo dengan nilai t-hitung 4,167 > dari t tabel 1,982 dan nilai Sig. 0,000 < dari 0,05.
2. *CRM (Customer Relationship Management)* (X_2) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y) pada PT Lotus Karya Globalindo dengan nilai t-hitung 5,500 > dari t-tabel 1,982 dan nilai Sig. 0,000 < dari 0,005.
3. Kualitas produk (X_1) dan *CRM (Customer Relationship Management)* (X_2) secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y) pada PT Lotus Karya Globalindo dengan nilai s-hitung 235,793 > dari f-tabel 3,08 dan nilai Sig. 0,000 < dari 0,05.

5.2. Saran

Adapun saran yang diberikan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, perusahaan lebih memperhatikan kualitas produk yang dijual, meningkatkan nilai tambah bagi pelanggan berupa penawaran produk yang lebih baik, mempertahankan pelanggan yang ada untuk mendapat kepuasan konsumen karena variabel tersebut bernilai positif dan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Jika variabel bernilai positif dan tidak

2. signifikan, perusahaan wajib memperhatikan hal lain yang dapat memengaruhi atau meningkatkan kepuasan konsumen pada perusahaan.
3. Bagi penelitian lain, disarankan untuk memperluas objek dan variabel lainnya agar dapat menjadi perbandingan hasil.