

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka dapat dibuat kesimpulan sebagai berikut :

1. *Brand Image* (X_1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y), hal ini di buktikan dengan nilai t hitung $2,291 > t$ tabel $1,661$ dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Dengan demikian hipotesis yang menyatakan *Brand Image* (X_1) berpengaruh positif terhadap Kepuasan Konsumen (Y) diterima.
2. Kualitas Produk (X_2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y), hal ini di buktikan dengan dengan nilai t hitung $3,844 > t$ tabel $1,661$ dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$, Dengan demikian hipotesis yang menyatakan Kualitas Produk (X_2) berpengaruh positif terhadap Kepuasan Konsumen (Y) diterima.
3. Harga (X_3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y), hal ini di buktikan dengan nilai t hitung yaitu $4,716 > 1,661$ dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Dengan demikian hipotesis yang menyatakan Harga (X_3) berpengaruh positif terhadap Kepuasan Konsumen (Y) diterima.
4. *Brand Image* (X_1), Kualitas Produk (X_2) dan Harga (X_3) secara bersama-sama terhadap Kepuasan Konsumen (Y), hasil ini dibuktikan nilai F hitung sebesar $47,150 > 2,70$ dan nilai signifikan $\alpha = 0,000 < 0,05$. Dengan demikian hipotesis yang menyatakan ada pengaruh secara bersama-sama variabel *Brand Image*

(X_1), Kualitas Produk (X_2) dan Harga (X_3) terhadap Kepuasan Konsumen (Y) diterima.

5. Hasil persamaan regresi yaitu: $Y = 2,184 + 0,267X_1 + 0,475 X_2 + 0,390 X_3 + e$, artinya *Brand Image* (X_1), Kualitas Produk (X_2) dan Harga (X_3) berpengaruh positif terhadap Kepuasan Konsumen (Y), apabila produk sesuai dengan harga dan kualitas maka konsumen merasa puas akan semakin meningkat, dengan nilai standar error variabel independen terhadap variabel dependen, dimana nilai standar error pada variabel *Brand Image* (X_1) sebesar 0,117, variabel Kualitas Konsumen (X_2) sebesar 0,124 dan variabel Harga (X_3) sebesar 0,083.
6. Nilai koefisien determinasi ditunjukkan oleh nilai *R Square* yaitu sebesar 0,596 yang menunjukkan bahwa antara *Brand Image* (X_1), Kualitas Konsumen (X_2) dan Harga (X_3) secara bersama-sama dapat menjelaskan Kepuasan Konsumen (Y) sebesar 59,6%, sedangkan sisanya 40,4% dijelaskan oleh faktor lain yang tidak diteliti di penelitian ini, seperti, Promosi dan lain-lain.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah dikemukakan, maka diberikan beberapa saran yang diharapkan dapat meningkatkan Kepuasan Konsumen. Adapun saran-saran yang diberikan adalah sebagai berikut :

1. Diharapkan agar kedai kopi Janji Jiwa mempertahankan agar produk yang ada di Janji Jiwa sesuai dengan kualitas produk dan harga yang dapat mendukung aktivitas maupun membuat konsumen merasa puas dengan rasa, kualitas produk, harga, dan produk yang selalu mengikuti trend agar konsumen selalu merasa puas dengan Janji Jiwa.

2. Bagi peneliti Selanjutnya disarankan untuk meneliti variable variable lain yang mempengaruhi Kepuasan Konsumen.

