

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1 KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah diuraikan pada bab sebelumnya, maka dari itu penelitian ini dapat diambil kesimpulan yaitu sebagai berikut:

1. Hasil uji t pada penelitian ini adalah :
  - a. Nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  *Brand Image* ( $X_1$ ) yaitu  $1.669 > 1,667$  dan nilai Signifikansi yaitu  $0.034 < 0,05$ . Maka  $H_a$  diterima dan  $H_o$  ditolak, maka *Brand Image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.
  - b. Nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  Kualitas Produk ( $X_2$ ) yaitu  $1.703 > 1,667$  dan nilai Signifikansi yaitu  $0,046 < 0,05$ . Maka  $H_a$  ditolak dan  $H_o$  diterima, maka Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.
  - c. Nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  Harga ( $X_3$ ) yaitu  $-0.118 < 1,667$  dan nilai Signifikansi yaitu  $0,047 < 0,05$ . Maka  $H_a$  ditolak dan  $H_o$  diterima, maka Harga berpengaruh negatif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.
2. Hasil Uji F pada penelitian ini adalah :  
 $F_{hitung} > F_{tabel}$  ( $4.537 > 2,74$ ) dan nilai probabilitas  $<$  nilai signifikan ( $0,003 \leq 0,05$ ). Maka variabel Independen secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.
3. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda pada penelitian ini adalah :  
$$Y = 7.753 + 0,069 X_1 + 0.285X_2 - 0.018 X_3 + 3.171$$
4. Hasil Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Nilai R Square pada table dapat diketahui sebesar 0,420 Yang berarti bahwa 42% variable dependen yaitu Kepuasan Pelanggan dapat dijelaskan melalui variable

independent yang terdiri dari *Brand Image*, Kualitas Produk, Harga. Sedangkan sisanya sebanyak 58% dapat dijelaskan diluar model penelitian.

## 5.2 SARAN

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah diuraikan pada bab sebelumnya, maka dari itu penelitian ini dapat diambil kesimpulan, dimana hal ini merupakan jawaban dari rumusan masalah, yaitu sebagai berikut :

1. Kepada Owner Li-Ning selalu meningkatkan mutu dan juga variasi produk karena berdasarkan hasil Uji t produk merupakan variabel dengan nilai terbesar sehingga apabila produk semakin berkembang maka konsumen akan meningkat daya belinya.
2. Kepada peneliti selanjutnya hendaknya menambahkan variabel-variabel diluar penelitian ini mengingat hasil Koefisien Determinasi 42%.

