

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada bab Iv maka dapat ditarik simpulan sebagai berikut.

1. Ada pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen, diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 3.250 dengan nilai signifikansi sebesar 0,002. Hal ini semakin baik kualitas sebuah produk dapat menunjukkan bahwa pembeli merasa terpenuhi, semakin tinggi pemenuhan yang disajikan oleh organisasi, semakin tinggi pula pemenuhan yang dirasakan oleh pelanggan. Hal ini sesuai penelitian Latif Aliyah (2016) dan Iyon Priyono (2017).
2. Ada pengaruh citra merk terhadap kepuasan konsumen, diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 2.552 dengan nilai signifikansi sebesar 0,012. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik citra merek sebuah produk maka akan semakin tinggi tingkat kepuasan konsumen. Citra Merek mempengaruhi kepuasan konsumen, karena konsumen yang puas akan produk tersebut cenderung loyal, akan tetapi konsumen loyal tidak berarti puas (Putera, 2018)
3. Ada pengaruh promosi terhadap kepuasan konsumen, diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 4.236 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Hal ini menunjukkan bahwa promosi yang baik dan berulang-ulang akan semakin meningkatkan tingkat kepuasan konsumen. Menurut penelitian Mustawadjuhaefa, dkk dalam Abdiyanto(2016) dan Abdiyanto (2017).

4. Kualitas produk, citra merk dan promosi bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen, diperoleh $F_{hitung} = 59.104$ dan nilai $p \text{ value} = 0,000$. Karena nilai signifikansi $< 0,05$. Penelitian ini menunjukkan bahwa dengan kualitas produk yang baik, dan citra merk yang baik pula serta ditunjang dengan promosi yang baik akan dapat meningkatkan kepuasan konsumen Asina Risma Wati S (2018)

5.2. Saran

Berdasarkan hasil simpulan di atas, maka saran-saran yang dapat diberikan antara lain.

1. Perusahaan harus mempertahankan kualitas produk khususnya Tolak Angin yang diproduksi oleh PT, Sido Muncul agar pelanggan terus membeli Tolak Angin yang diproduksi oleh PT. Sido Muncul. Karena saat ini bermunculan jamu sejenis dengan menggunakan merek yang mirip-mirip sejenis, dengan kualitas produk yang selalu baik maka konsumen akan merasa tinggi tingkat kepuasaanya sehingga tidak berpindah ke produk lain,
2. Tingkat kepuasan konsumen yang baik harus selalu dipertahankan, dengan cara meningkatkan kualitas produk, kualitas layanan, meningkatkan promosi, layanan penjualan yang mudah dan produk mudah dicari.