BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

1. Kualitas produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, dibuktikan dengan hasil uji pasrial padavariabel kualitas produk nilai t_{hitung}12,147>t_{tabel} 1,986 dan nilai sig. 0,000<0,05. Jadi H1 di terima. Yang berarti bahwa kualitas produk ponds yang positif meningkatkan kepuasan konsumen.

   Citra merek memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, dibuktikan dengan hasil uji persial pada variabel citramerek nilai t_{hitung}10,380>t_{tabel} 1,986 dan nilai sig.0,000<0,05. Jadi H2 di terima. Yang berarti bahwa citra merek produk ponds yang positif meningkatkan kepuasan konsumen.

   Harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, dibuktikan dengan hasil uji persial pada variabel harga nilai t_{hitung}11,576>t_{tabel} 1,986 dan nilai sig.0,000<0,05. Jadi H3 di terima. Yang berarti bahwa harga produk pond's yang positif meningkatkan kepuasan konsumen.

2. Kualitas produk,citra merek,dan harga secara simulltan memliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, dibuktikan dengan hasil uji f/simultan nilai f_{hitung}73,838>f_{tabel} 2,70 dan nilai sig.0,000<0,05. Jadi H4 di terima. Yang berarti bahwa kualitas produk, citra merek, dan harga produk pond's yang positif meningkatkan kepuasan konsumen.

B. Saran

Atas penelitian yang dilakukan, penulis memberikan beberapa saran:

1. Agar lebih mamaksimalkan kualitas produk, terhadap produk-produk yang jarang di minati oleh konsumen agar di lakukan peninjauan ulang
2. Untuk lebih meningkatkan citra merek, dapat dilakukan promosi secara terus menerus yang menerangkan kelebihan dari produk agar tertanam di

benak konsumen bahwasanya produk dari ponds memiliki keunggulan citra yang positif.

3. Agar penjualan maksimal maka penjualan dapat menyesuaikan harga dengan kualitas serta manfaat yang didapatkan dari produk setelah konsumen menggunakn produk tersebut.
4. Untuk meningkatkan kepuasan kosumen, dapat meningkatkan kualitas/manfaat dari produk yang ditawarkan, citra merek dari produk, dan harga yang bersaing dengan beberapa produk serupa, tentunya dengan tujuan agar memenuhi harapan konsumen setelah menggunakan produk tersebut sehingga konsumen merasa puas.
5. Untuk peneliti selanjutnya yang berkaitan dengan kualitas produk, citra merek, harga serta kepuasan konsumen maka penelitian ini dapat dijadikan referensi. Peneliti selanjutnya diharapkan meneliti variable lain yang dapat mengukur kepuasan konsumen..