

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan dari hasil pembahasan yang telah dilakukan mengenai Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Cv. Fajar Wijaya. Maka dapat dilakukannya penarikan kesimpulannya sebagai berikut ini:

1. Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen ($O=0,424$) dengan konstruk Kepuasan Konsumen. Nilai t-statistik pada hubungan konstruk ini adalah 3,964 lebih besar dari 1,96, dan nilai p-values 0,000 lebih kecil dari 0,05. Oleh, karena itu, hipotesis pertama yang menyatakan bahwa Kualitas Produk memiliki pengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen terbukti kebenarannya.
2. Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen ($O=0,438$) dengan konstruk Kepuasan Konsumen. Nilai t-statistik pada hubungan konstruk ini adalah 4,099 lebih besar dari 1,96, dan nilai p-values 0,000 lebih kecil dari 0,05. Oleh, karena itu, hipotesis pertama yang menyatakan bahwa Kualitas Pelayanan memiliki pengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen terbukti kebenarannya.
3. Harga berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen ($O=0,135$) dengan konstruk Kepuasan Konsumen. Nilai t-statistik pada hubungan konstruk ini adalah 2,068 lebih besar dari 1,96, dan nilai p-values 0,021 lebih kecil dari 0,05. Oleh, karena itu, hipotesis pertama yang menyatakan bahwa Harga memiliki pengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen terbukti kebenarannya.

5.2. Saran

Berdasarkan hasil analisis dari pengolahan data serta pembahasan diatas maka dapat memberikan beberapa saran diantaranya adalah:

1. Dalam menghadapi persaingan yang ketat, perusahaan harus mampu bersikap selektif dan kritis dalam memilih produk yang akan dihasilkan,

serta memperhatikan segala aspek pelayanan yang melekat pada produk tersebut.

2. Perusahaan harus memberikan perhatian khusus terhadap kualitas produk dan pelayanan untuk meningkatkan kepuasan konsumen dan mempertahankan hubungan baik.
3. Penelitian selanjutnya dapat dilakukan dengan menggunakan sampel yang lebih besar dan variasi industri yang lebih luas untuk meningkatkan generalisabilitas hasil penelitian.