

BAB IV

KESIMPULAN DAN SARAN

A. KESIMPULAN.

Berdasarkan hasil dari pengolahan data variabel dari pengaruh Kualitas Produk (X) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y), maka dapat ditarik kesimpulan untuk dapat menjawab rumusan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut ini:

1. Pada Kualitas Produk (*Product Quality*) secara umum variabel tersebut dikategorikan sangat baik dengan mengacu kepada total rata-rata persentase sebanyak 85,71%, yang berarti sangat puas terhadap produk yang dihasilkan PT Sumber Mas Autorindo (SMA). Dengan demikian, bahwa dari Variabel Kualitas Produk mempunyai korelasi atau hubungan pada masing-masing dimensi yang saling mendukung sebagai acuan dalam mencari dan menentukan nilai standart kepuasan pelanggan yang mana hal ini dilakukan setiap 6 bulan sekali.

Sedangkan pada Kepuasan Pelanggan (*Customer Satisfaction*) secara umum variabel tersebut dikategorikan sangat baik dengan mengacu kepada total rata-rata persentase sebanyak 91,43%. Dengan demikian, bahwa variabel kepuasan pelanggan sangat penting bagi perusahaan untuk meningkatkan kualitas serta kuantitas bagi perusahaan itu sendiri dengan cara memberikan dasar yang baik untuk pembelian ulang, menimbulkan rasa kecintaan emosional pelanggan terhadap produk yang dihasilkan, serta

membina hubungan yang baik antara PT Sumber Mas Autorindo (SMA) dengan para pelanggannya.

2. Dari hasil pengolahan data serta analisis yang dilakukan oleh peneliti bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan sebesar 0,805 yang artinya pengaruh Variabel Kualitas Produk (X) terhadap Variabel Kepuasan Pelanggan (Y) sebesar 80,5% sedangkan sisanya 99,2% yang dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dijelaskan pada penelitian ini. Dengan demikian, Bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara Variabel Kualitas Produk (X) terhadap Variabel Kepuasan Pelanggan (X).

B. SARAN.

Berdasarkan pada hasil penelitian ini maka saran yang dapat peneliti berikan kepada para pembaca yaitu sebagai berikut ini:

1. Kepada Konsumen.

Kepada konsumen agar mengetahui suatu produk itu baik atau buruk bagi para konsumen dapat dilihat dari kualitas produknya tersebut, konsumen bisa menilai dari beberapa aspek nilai seperti Bentuk (*Performance*), Keistimewaan (*Features*), Keandalan (*Reliability*), Mutu Kinerja (*Conformance*), Daya Tahan (*Durability*), dan Pelayanan (*Service*

Ability) serta Keindahan/Gaya (*Aesthetic*) sehingga mendapatkan informasi mengenai kualitas produk tersebut.

2. Kepada Penelitian Selanjutnya.

Kepada penelitian selanjutnya, mengacu pada nilai uji koefisien determinasi yang menunjukkan pengaruh positif yang signifikan antara kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan sebesar 0,805 yang artinya pengaruh Variabel Kualitas Produk (X) terhadap Variabel Kepuasan Pelanggan (Y) sebesar 80,5% sedangkan sisanya 99,2% yang dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dijelaskan pada penelitian ini.

Kepada peneliti berikutnya yang berminat untuk meneliti variabel kepuasan pelanggan untuk mengkaji faktor-faktor lain yang turut mempengaruhi variabel tersebut, misalnya faktor-faktor lain, seperti keyakinan terhadap merek, faktor dalam diri individu, dan faktor kelompok sosial. Selanjutnya diharapkan oleh para peneliti selanjutnya harus memperbanyak jumlah subjek penelitian yang hendak ingin diteliti sehingga mendapatkan jumlah yang *representative*.