

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis penelitian terkait pengaruh kualitas produk dan persepsi harga terhadap kepuasan konsumen pada pengguna smartphone Vivo di Kabupaten Majalengka. Dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Kualitas produk dan persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap kepuasan konsumen. Artinya semakin baik kualitas produk dan persepsi harga yang diberikan smartphone Vivo, maka tingkat kepuasan konsumen juga akan meningkat.
2. Kualitas produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Dengan demikian dapat dikatakan jika semakin baik tingkat kualitas produk yang dimiliki smartphone Vivo, maka akan membuat tingkat kepuasan para konsumen juga meningkat.
3. Persepsi harga memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Dengan demikian dapat dikatakan jika persepsi harga semakin baik, maka tingkat kepuasan konsumen juga akan meningkat karena para konsumen menganggap harga smartphone Vivo sudah sesuai dengan harapannya.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil pada penelitian yang telah dilakukan, maka penulis memperoleh beberapa saran bagi para pihak yang berkaitan dengan penelitian ini.

1. Bagi perusahaan, perusahaan dapat mempertimbangkan beberapa hal yang diperoleh dari hasil penelitian ini terkait pemenuhan kepuasan konsumen, berikut adalah penjelasan dan saran bagi perusahaan:
 - a. Berdasarkan hasil penelitian dapat menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, maka perusahaan diharapkan untuk lebih memperhatikan lagi mengenai kualitas produk supaya konsumen merasa puas dengan penggunaan smartphone Vivo. Namun dilihat dari hasil penelitian ini terdapat indikator yang nilainya rendah dalam variabel kualitas produk yang

diperoleh dari hasil kuesioner, yaitu indikator “kesesuaian dengan spesifikasi” dengan item pernyataan “saya merasa produk smartphone Vivo sesuai dengan spesifikasinya”. Dengan total skor 813 dari 100 orang responden. Dengan demikian perusahaan harus lebih memperhatikan produknya agar sesuai dengan keinginan konsumen.

- b. Berdasarkan hasil penelitian dapat dilihat bahwa persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, maka perusahaan diharapkan untuk lebih memperhatikan persepsi harga yang baik di mata konsumen agar mereka merasa puas dengan penggunaan smartphone Vivo. Namun dilihat dari hasil penelitian ini terdapat indikator yang nilainya rendah dalam variabel persepsi harga yang diperoleh dari hasil kuesioner, yaitu indikator “ketepatan penetapan harga” dengan item pernyataan “saya merasa harga smartphone Vivo telah sesuai dengan kualitas yang diberikan”. “ dengan total skor 805 dari 100 orang responden. Dengan demikian perusahaan harus lebih memperhatikan mengenai harga yang tentunya harus sesuai dengan kualitas produk yang diberikan dan perusahaan harus membuat konsumen merasa bahwa harga yang diberikan telah sesuai dengan kualitasnya agar mereka merasakan kepuasan dalam penggunaannya.
2. Bagi pembaca, hasil pada penelitian ini diharap dapat menambah wawasan pengetahuan terkait kepuasan konsumen serta faktor-faktor yang dapat mempengaruhinya seperti kualitas produk, persepsi harga dan faktor lainnya khususnya untuk mengenal lebih jauh mengenai produk Vivo.
3. Bagi para peneliti selanjutnya diharap lebih mengembangkan ruang lingkup dan memperdalam lagi mengenai penelitian yang menggunakan variabel kepuasan konsumen dan dapat menyertakan variabel-variabel lain diantaranya kualitas pelayanan, promosi, suasana, kemudahan akses dan lainnya serta diharapkan juga jika peneliti mengambil variabel yang sama maka diharapkan peneliti selanjutnya memilih objek yang lain karena akan membuat ruang lingkup lebih luas mengenai variabel maupun objek tersebut.