

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, maka dapat diperoleh kesimpulan yaitu sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil analisis regresi linear berganda diperoleh hasil persamaan, yaitu $Y = 3,150 + 0,211 X_1 + 0,045 X_2 - 0,161 X_3 + 0,473 X_4$
2. Hasil uji t menunjukkan variabel persepsi konsumen (X_1), harga (X_2), dan kualitas produk (X_4) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen produk Wardah di Kota Langsa. Sedangkan variabel promosi (X_3) tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen produk Wardah di Kota Langsa.
3. Hasil uji F menunjukkan bahwa persepsi konsumen (X_1), promosi (X_2), harga (X_3) dan kualitas produk (X_4) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada produk Wardah di Kota Langsa.
4. Berdasarkan hasil koefisien determinasi (*Adjusted R²*), maka diperoleh nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,596 atau sebesar 59,6%, hal ini menunjukkan variabel persepsi konsumen, promosi, harga dan kualitas produk mempengaruhi kepuasan konsumen pada produk Wardah di Kota Langsa. Sedangkan sisanya 40,4% dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

5.2 SARAN

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan diatas, maka saran yang dapat saya berikan berkaitan dengan variabel yang diteliti adalah sebagai berikut:

1. Sebaiknya agar perusahaan dapat mempertahankan tingkat kualitas, manfaat serta kegunaan dari produk Wardah, karena apabila persepsi konsumen baik mengenai produk Wardah maka akan semakin tinggi jumlah peminat produk wardah.
2. Selain dengan melakukan promosi, perusahaan dapat memuaskan konsumen dengan terus meningkatkan kualitas pelayanan agar tidak ada konsumen yang merasa kecewa terhadap produk Wardah.
3. Perusahaan harus terus konsisten dalam memberikan harga yang terjangkau dan mampu menguasai pasar tanpa mengurangi kualitas dari produk Wardah tersebut.
4. Sebaiknya perusahaan semakin meningkatkan lagi kepuasan konsumen dengan cara terus memproduksi produk yang teruji klinis agar dapat memberikan rasa aman terhadap konsumen saat memakai atau menggunakan produk Wardah.
5. Agar penelitian ini bisa menjadi referensi dan juga penambahan ilmu pengetahuan baik dari teori berupa kajian pustaka maupun hasil penelitian, yang diharapkan peneliti lain dapat menambahkan jumlah sampel dan variabel yang berbeda untuk dijadikan sebuah penelitian selanjutnya.