

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **1.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil analisis data yang telah dilakukan pada penelitian tentang Pengaruh Citra merek, Harga, dan Kualitas produk Terhadap kepuasan Konsumen di CV. Gapura Creative Engineering, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Citra Merek tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini ditunjukkan oleh nilai signifikansi sebesar 0,728 yang lebih besar dari 0,05, sehingga H01 diterima dan Ha1 ditolak.
2. Harga tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini ditunjukkan oleh nilai signifikansi sebesar 0,838 yang lebih besar dari 0,05, sehingga H02 diterima dan Ha2 ditolak.
3. Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini ditunjukkan oleh nilai signifikansi sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05, sehingga H03 ditolak dan Ha3 diterima.

#### **5.2. Keterbatasan Penelitian**

Penelitian tentang pengaruh Citra merek, Harga, dan Kualitas produk terhadap kepuasan konsumen di CV. Gapura Creative Engineering mesin Laundry ini masih memiliki beberapa keterbatasan penelitiannya. Berdasarkan hasil analisis koefisien determinasi, nilai adjusted R square sebesar 0,502. Nilai koefisien determinasi sebesar 0,502 menunjukkan bahwa Citra merek (X1),

Harga (X2), dan Kualitas produk (X3) hanya mampu menjelaskan kepuasan konsumen (Y) sebesar 50,2% sedangkan sisanya sebesar 50,8% dipengaruhi faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Sehingga masih perlu dilakukan penelitian-penelitian selanjutnya yang meneliti tentang faktor-faktor lainnya yang mungkin dapat mempengaruhi kepuasan konsumen.

### **5.3. Saran**

Berdasarkan hasil analisis data penelitian dan kesimpulan yang dinyatakan dalam penelitian ini, peneliti memiliki beberapa saran agar dapat memberikan manfaat pihak-pihak yang terkait berupa:

#### **1. Bagi Perusahaan**

Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa variabel harga merupakan variabel yang memberikan sumbangan paling rendah dibandingkan variabel lainnya yang mempengaruhi kepuasan konsumen mesin laundry di CV. Gapura Creative Engineering. Responden menilai bahwa mesin laundry di CV. Gapura Creative Engineering kurang sesuai dengan kualitas yang ditawarkan. Maka dari itu penulis menyarankan untuk meningkatkan lagi keunggulan-keunggulan yang dimiliki dengan terus melakukan inovasi-inovasi untuk perkembangan dan kesempurnaan produknya di masa yang mendatang.

#### **2. Peneliti Selanjutnya**

Peneliti selanjutnya dapat mengembangkan penelitian ini dengan meneliti faktor lain yang dapat mempengaruhi kepuasan

konsumen. Peneliti selanjutnya juga dapat menggunakan metode lain dalam meneliti keputusan pembelian, misalnya kualitas produk, motivasi untuk membeli, harga dan kemasan produk melalui wawancara mendalam terhadap konsumen, sehingga informasi yang diperoleh dapat lebih bervariasi dari pada angket yang jawabannya telah tersedia.