

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Dari hasil analisis data dan pengujian hipotesis tentang pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada toko Rahmat Jaya di pasar Mangga Dua Bandar Lampung diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Besarnya hubungan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada toko Rahmat Jaya di pasar Mangga Dua Bandar Lampung adalah 0,765.
2. Sedangkan pada Toko Lahmat Jaya Pasar Mangga Dua Bandar Lampung, besarnya pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen mempunyai koefisien determinasi berganda (R^2) sebesar 0,586 atau setara dengan 58,6 persen kepuasan konsumen.kepuasan.Hal ini terlihat dari besarnya nilai Tingkat kepuasan pada toko Pasar Manga Dua Rahmat Jaya-Bandar Lampung dapat dipengaruhi oleh variabel kualitas produk.
3. Sisanya ($100\% - 58,6\% = 41,4\%$) baru dapat diketahui setelah penelitian dilakukan, karena dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian.
4. Sedangkan pengaruh signifikan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen toko Rahmat Jaya di Pasar Mangga Dua Bandar Lampung dapat dilihat dari hasil uji statistik seperti nilai t-statistik $16,324 >$ nilai t-tabel statistik 1,66. Oleh karena itu H_0 : ditolak dan H_a diterima.Pada toko Rahmat Jaya

yang berlokasi di Pasar Mangga Dua Bandar Lampung dapat disimpulkan bahwa memang terdapat pengaruh yang besar antara kualitas produk terhadap kepuasan konsumen.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan hasil penelitian, maka disarankan pada toko Rahmat Jaya di pasar Mangga Dua Bandar Lampung sebagai berikut:

1. Perusahaan hendaknya mempertahankan Produk pakaian yang di jual toko Rahmat Jaya sesuai dengan corak model dan desain karena banyak yang cocok dengan tubuh mereka.
2. Konsumen masih merasa bahwa produk yang di jual dianggap konsumen masih belum bisa bertahan lama, sehingga toko Rahmat Jaya perlu meningkatkan keyakinan kepada konsumen bahwa mutu produk mereka sangat terjamin.