

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Setiap indikator yang berisi pernyataan-pernyataan yang mewakili variabel penelitian yakni atribut produk dan kepuasan pelanggan di UD. Faninda Jaya Meubel Gorontalo memiliki validitas yang baik, dan jawaban yang konsisten.
2. Hasil uji regresi menunjukkan bahwa variabel atribut produk (X) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y) di UD. Faninda Jaya Meubel Gorontalo dengan melihat hasil koefisien regresi dimana t hitung lebih besar dari t tabel, sehingga hipotesis yang disusun telah terbukti.
3. Variabel atribut produk memiliki pengaruh sebesar 40% terhadap kepuasan pelanggan, sementara sisanya sebesar 60% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan penelitian, peneliti menyarankan:

1. Agar UD. Faninda Jaya Meubel Gorontalo serta industri kreatif lainnya dapat mempertimbangkan setiap strategi pemasarannya khususnya dengan mempertimbangkan atribut produk sebagai acuan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan.
2. Penelitian ini dapat berguna sebagai bahan informasi dan referensi, baik bagi perusahaan, akademisi, dan pihak lainnya, yang membahas praktek manajemen pemasaran khususnya menyangkut atribut produk dan kepuasan pelanggan.
3. Kiranya penelitian ini dapat dijadikan acuan/ referensi bagi pihak lain untuk dapat menambah faktor atau variabel lainnya dan menguji pengaruhnya terhadap kepuasan pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

- Amir, Hamzah, 2007 “Analisis *Experiential Marketing, Emotional Branding dan Brand Trust Terhadap Loyalitas Merek Mentari*”, Usahawan No. 06 Th XXXVI Juni Alma, Buchari, 2009. *Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta
- Amstrong, dan Kotler 2003, *Dasar-dasar Pemasaran, Jilid 1, Edisi Kesembilan*, Penerbit PT. Indeks Gramedia, Jakarta
- Arikunto, Suharsimi, 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Edisi Revisi V. Jakarta: PT. Rineka Cipta
- Fauzul Hakim, Muhammad. 2015. *Pengaruh Atribut Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus pada Pelanggan Speedy PT. Telkom Yogyakarta)*. Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta
- Ferrinadewi, Erna, 2005. *Atribut Produk yang Dipertimbangkan dalam Pembelian Kosmetik dan Pengaruhnya pada Kepuasan Konsumen di Surabaya*. Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan, Vol. 7. No. 2
- Giese, J. L. And J. A. Cote, 2000, *Defining Customer Satisfaction*, Academy of Science Review
- Ghozali, Imam. 2005. *Aplikasi Analisis Multivariat dengan program SPSS*, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang
- Irawan, Handi. 2004. *Kepuasan Pelanggan*. PT Gramedia Pustaka, Jakarta
- Kotler, Philip & Armstrong, Gary. 2006. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi Keduabelas. Erlangga. Jakarta
- Kotler Phillip, Kevin Lance Keller. 2012. *Marketing Management 14th edition*. Jakarta:PT. Indeks Kelompok Gramedia
- Laksana, Fajar. 2008, *Manajemen Pemasaran*, Graha Ilmu, Yogyakarta
- Sadi, 2009, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Tahu Bakso Ibu Pudji, Ungaran-Semarang*, Tesis Magister Agribisnis Universitas Diponegoro, Semarang
- Saladin, Djaslim, 1996, *Unsur-Unsur Inti Pemasaran dan Manajemen Pemasaran*, Bandung: Mandar Maju

- Sevilla, C. G.et. al. 1960. *Research Methods*. Quezon City: Rex Printing Company
- Simamora, Bilson. (2001). *Memenangkan Pasar dengan Pemasaran Efektif dan Profitabel*. Edisi pertama. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama
- Stanton, William J. 2003. *Prinsip Pemasaran*. Alih Bahasa oleh Sadu Sundaru. Jilid Satu. Edisi Kesepuluh. Jakarta : Erlangga
- Stanton, William, J., (2001), *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Jilid Ketujuh, Penerbit Erlangga, Jakarta
- Sugiyono. (2014) *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta
- Tjiptono, Fandi. (2001). *Kualitas Jasa: Pengukuran, Keterbatasan dan Implikasi Manajerial*, majalah Manajemen Usahawan Indonesia. Jakarta
- Tjiptono, Fandy. 2005. *Pemasaran Jasa*, Malang: Bayumedia Publishing
- Umar, Husein. (2003). *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta
- Wijaya, Yoni Servika dan Achmad Fauzi DH. 2014. *Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Perpindahan Merek (Survei Pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi Angkatan 2011/2012 Universitas Brawijaya Yang Beralih Merek Ke Smartphone Samsung)*. Alumni S1 Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang. Jurnal Administrasi Bisnis