

## BAB V

### SIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian, maka dapat diambil kesimpulan bahwa Atribut produk berpengaruh terhadap Kepuasan pelanggan. Nilai koefisien korelasi (R) sebesar 0,800 menunjukkan bahwa Atribut produk memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan PT. Columbia Cabang Gorontalo. Atribut Produk secara efektif dan efisien mempunyai pengaruh yang nyata terhadap Kepuasan pelanggan. Selanjutnya dalam perhitungan koefisien determinasi ( $R^2$ ) menunjukkan bahwa sebesar 0,639 atau 63,9% variabilitas mengenai Kepuasan Konsumen dapat diterangkan oleh variabel bebas dalam model (Atribut Produk), sedangkan sisanya sebesar 36,1% dipengaruhi oleh variabel lain seperti kualitas pelayanan, promosi dan lain-lain yang tidak terdapat pada model.

## 5.2 Saran

Berdasarkan simpulan yang telah diuraikan di atas, maka peneliti memberikan saran sebagai berikut :

1. Agar kiranya pihak Columbia cabang Gorontalo dapat kembali merespon tentang pentingnya Atribut Produk ini karena dapat membentuk opini konsumen menyangkut Columbia cabang Gorontalo itu sendiri. Penelitian ini kiranya perlu mendapat perhatian bagi kalangan akademisi dan perusahaan yang bergerak dalam pemasaran sekiranya dapat memberikan masukan baru tentang pentingnya Atribut Produk usaha yang merupakan salah satu jaminan akan keberlanjutan suatu usaha khususnya.
2. Penelitian ini akan lebih baik jika ditambahkan variabel-variabel pendukung yang diperoleh dari penelitian-penelitian dan referensi yang lain yang memungkinkan untuk menambah variabel yang dapat berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen seperti: Promosi, Produksi, Harga, dan lain-lain. Kiranya waktu yang dipakai dalam menyusun penelitian lebih lama dan dapat diberikan kesempatan untuk melihat lingkup perusahaan yang lebih luas sehingga hasil penelitian yang diperoleh akan lebih maksimal.

## DAFTAR PUSTAKA

- Asih Purwanto. 2008. *Pengaruh Kualitas Produk, Promosi dan Desain Terhadap keputusan Pembelian kendaraan Bermotor Yamaha Mio*. Skripsi: FE, UMS
- Dian H, Utama. 2009. Pengaruh Atribut Terhadap Kepuasan Pelanggan Produk Teh Celup Sosro dan 2 Tang. Jurnal, Vol 8. No 16 ,September 2009.
- Fandy Tjiptono, 2006, *Manajemen Pelayanan Jasa*, Penerbit Andi, Yogyakarta.
- Fandy Tjiptono, Dkk 2007, *Service Quality & Satisfaction*, ANDI, Yogyakarta
- Fandy Tjiptono, (2008). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi
- Ghozali, iman. 2001. *Analisis multivariate dengan program SPSS*. Semarang: badan penerbit universitas diponegoro
- Kotler Philip, dkk. 2000. *Manajemen Pemasaran Perspektif*, ANDI. Yogyakarta
- Kotler , 2003, *Dasar-dasar pemasaran*, Jilid 1. Edisi kesembilan. Jakarta : PT. Indeks Gramedia
- Kotler dan amstrong, 2006, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Erlangga, Jakarta.
- Kotler, Philip dan keller Kevin Lane. 2008. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 2 Penerbit : Erlangga
- Kotler dan Amstrong, 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jilid 1 dan 2 Edisi 12.Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip dan keller Kevin Lane. 2009. *Manajemen Pemasaran* Penerbit : Erlangga
- IUPIYOADI 2001 *Pemasaran*. Jakarta:Salemba Empat.
- Nokma Aditya Nugroho 2015. Pengaruh Atribut Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan. Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)|Vol. 20 No. 1 Maret 2015| [administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id](http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id)
- Pandi Abdullah, 2014. Pengaruh Kualitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Moror Honda Techno CBS 125CC.
- Prof,Dr.sugiyono.2015.Metode penelitian manajemen, alfabeta, bandung.
- Riduwan. 2013. *Pengantar statistic*. Jakarta: alfabeta
- Sugiyono. 2010. *Metode penelitian bisnis*. Bandung: alfabeta

<http://adityolaksono26.blogspot.com/2015/03/pengertiankepuasanpelanggan.html?m=1> (diakses tanggal, 09 Maret 2015)

<http://dedylondong.blogspot.co.id/2012/04/kepuasaan-pelanggancustomer.html>  
(Diakses tanggal, 13 April 2012)