

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisa data bahwa variabel kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel kepuasan konsumen pada Toko Gembira Houseware Kota Gorontalo, dengan melihat analisis regresi dimana t hitung lebih besar dari t tabel hal ini menunjukkan bahwa hipotesis dari penelitian ini terbukti dan diterima.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan, maka peneliti menyarankan:

1. Hasil dari analisis data bahwa kualitas produk berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen, maka diharapkan pada toko Gembira Houseware agar tetap mempertahankan khususnya dengan meningkatkan kualitas produk agar dapat memberi kepuasan kepada konsumen,
2. Kiranya penelitian ini dapat dijadikan acuan/ referensi dan informasi pihak lain untuk dapat menambah kriteria sampel yang menjadi responden penelitian, atau menambah variabel lainnya dan menguji pengaruhnya terhadap kepuasan konsumen agar dapat memperkaya hasil penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

- Afnina, & Hastuti, Y. (2018). Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Samudra Ekonomi Dan Bisnis*, 9(1), 21–30.
- Arikunto, S. (2013). *Prosedur Penelitian Suatu Praktik. Edisi Revisi*. PT.Rineka Cipta.
- Ernoputri, D. (2016). (*Survei pada Pengguna Produk LG di Malang Town Square (Matos) Malang – Jawa Timur*). 30(1), 79–86.
- Firmansyah, D. F. dan M. A. (2019). *PEMASARAN JASA Strategi, Mengukur Kepuasan, dan Loyalitas Pelanggan*. DEEPUBLISH CV BUDU UTAMA.
- Galingging, A. R. (2016). pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan pelanggan kartu prabayar IM3 pada mahasiswa fakultas ekonomi universitas medan area. *Jurnal Manajemen*.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. Bandan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Indrasari, D. M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Unitomo Press.
- Irawan, H. (2003). *Indonesia Customer Satisfaction, Membedah Strategi Kepuasan Pelanggan Merek Pemenang ICESA*. PT Elex Media Komputindo.
- Kotler, A. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran 2. (edisi 12)* (edisi 12). Erlangga.
- Kurriawati, N. (2002). *Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Dampaknya Terhadap Loyalitas Konsumen*. 2, 48–55.
- Malau, H. (2018). *Manajemen Pemasaran, Teori dan Aplikasi Pemasaran Era Tradisional Sampai Era Modernisasi Global*. Alfabeta.
- Maria, M., & Anshori, M. Y. (2016). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen King Cake. *Jurnal Manajemen Teori Dan Terapan/ Journal of Theory and Applied Management*, 6(1), 50–51.

- Mitha Alifia Roselina, A. N. (2019). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen. *Majalah Ilmiah Solusi*, 3(2), 58–66.
- Nugroho, E. P. (2011). *Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan konsumen Pengguna Notebook Acer*. 37.
- Setyo, P. E. (2017). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen “Best Autoworks.” *PERFORMA: Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 1(6), 755–764.
- Sugiono. (2015). *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)*. Alfabeta.
- Usman, N. A. S., Mendo, A. Y., & Abdussamad, Z. (2018). Pengaruh Diferensiasi Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Demajor Cafe Kota Gorontalo. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 1(1), 1–12.