

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini dilakukan untuk menganalisa pengaruh citra merek dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen *handphone* Samsung (pada mahasiswa fakultas ekonomi manajemen 2015 Ubhara Jaya). Berdasarkan penelitian yang diperoleh dan pembahasan yang telah dilakukan maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Citra Merek tidak berpengaruh secara parsial yang signifikan terhadap kepuasan konsumen pada mahasiswa fakultas ekonomi manajemen 2015 Ubhara Jaya. Hal ini berarti bahwa citra merek tidak berpengaruh pada kepuasan konsumen.
2. Kualitas Produk berpengaruh secara parsial yang signifikan terhadap kepuasan konsumen pada mahasiswa fakultas ekonomi manajemen 2015 Ubahara Jaya. Hal ini berarti bahwa kualitas produk berpengaruh kepada kepuasan konsumen.
3. Citra merek, Kualitas produk, secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada mahasiswa fakultas ekonomi manajemen 2015 Ubhara Jaya. Hal ini berarti bahwa kepuasan konsumen dapat lebih meningkatkan citra merek dan kualitas produk yang ada.

5.2 Implikasi Manajerial

1. Citra Merek merupakan variabel terendah pertama. Dengan kondisi ini perusahaan harus lebih memperhatikan citra merek lebih baik lagi dari sebelumnya memberikan fitur yang beda dari yang lain agar mampu menarik hati konsumen, sehingga para konsumen yang belum menggunakan *handphone* Samsung tidak termakan oleh berita yang menjatuhkannya citra merek dari perusahaan tersebut.

2. Kualitas Produk. Didalam penjualan semua alat elektronik memang sangat penting dan paling diutamakan untuk saat ini. Karena kebanyakan dari konsumen mencari alat elektronik dengan kualitas yang terbaik termasuk dalam pembelian sebuah handphone. Maka dari itu Samsung harus selalu mengedepankan kualitas produk dan fitur terbaiknya agar selalu menarik hati konsumennya dan tidak kalah dengan pesaingnya.
3. Kepuasan Konsumen memang paling penting bagi perusahaan, apabila pelanggan puas maka perusahaan akan semakin senang dan bangga. Dengan adanya arti puas sama berarti pelanggan semakin loyal dengan produk Samsung dan semakin senang dengan menggunakan produk Samsung, sehingga konsumen memiliki jiwa emosi terhadap produk handphone Samsung ketika menggunakannya.

