

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian paada bab sebelumnya mengenai “Pengaruh Kualitas Produk dan Brand Image Terhadap Kepuasan Konsumen Sophie Paris pada Mahasiswi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya” diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Dari hasil pengujian dengan hipotesis secara parsial uji t menyatakan bahwa variabel kualitas produk (X_1) adalah Thitung 3.531 < Ttabel 1.991 dengan nilai signifikan $0,000 < 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa Kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Sophie Paris pada Mahasiswi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya. Artinya semakin baik kualitas produk yang diberikan pihak Sophie Paris maka akan meningkatkan kepuasan konsumen Sophie Paris pada Mahasiswi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
2. Dari hasil pengujian dengan hipotesis secara parsial uji t menyatakan bahwa variabel *brand image* (X_2) adalah Thitung 3.555 > Ttabel 1.991 dengan nilai signifikan $0,000 > 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa *Brand Image* berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen Sophie Paris pada Mahasiswi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya. Artinya semakin baik *brand image* yang diberikan Sophie Paris maka akan meningkatkan kepuasan konsumen Sophie Paris pada Mahasiswi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
3. Dari hasil pengujian dengan hipotesis secara simultan yaitu Uji f yang menyatakan bahwa variabel kuallitas produk (X_1) dan *brand image* (X_2) secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen (Y). Hal tersebut dapat dilihat dari hasil uji coba hipotesis yaitu uji f dimana menghasilkan nilai signifikan $0,000 < 0,05$ dan nilai F hitung > Ftabel yaitu $21.238 > 4.81$.

Sehingga ini dapat dinyatakan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima yang berarti terdapat pengaruh antara dua variabel X secara simultan variabel Y.

5.2. Implikasi Manajerial

Berdasarkan hasil dan kesimpulan yang diperoleh dalam penelitian ini implikasi manajerial sebagai berikut:

1. Sophie Paris selaku perusahaan yang memproduksi barang-barang fashion wanita perlu mempertahankan keunggulan yang dimiliki serta perlunya meningkatkan dan berinovasi terhadap fashion terbaru guna tercapainya harapan konsumen atas kualitas produk yang diharapkan. Agar para calon pembeli maupun pelanggan percaya dan membeli kemudian menggunakan produk Sophie Paris secara terus menerus. Dengan adanya fashion terbaru yang semakin maju diharapkan kualitas produk suatu produk semakin baik dan dapat diterima oleh konsumen.
2. Sebagai salah satu perusahaan yang berkecimpung didunia fashion, perusahaan hendaknya mampu mempertahankan dan terus meningkatkan *brand image* (citra merek) yang sudah ada dengan cara meningkatkan program pemasaran karena jika melakukan pemasaran yang efektif dan konsisten sangat dibutuhkan untuk membangun dan memperhatikan *Brand Image* Sophie Paris lebih dikenal oleh masyarakat.
3. Kepuasan konsumen ialah suatu hal yang sangat penting. Jika konsumen merasa puas dalam membeli produk Sophie Paris dengan kualitas produk yang baik dan *brand image* yang baik juga memungkinkan untuk konsumen merekomendasikan kepada keluarga dan teman yang tentunya hal tersebut akan mendapatkan keuntungan bagi perusahaan Sophie Paris.