

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan pada hasil penelitian ini dan pembahasan mengenai pengaruh harga dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada pembelian smartphone Xiaomi, maka penulis menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil uji T (parsial) variabel harga menghasilkan $t_{hitung} 2,334 > t_{tabel} 1,992$ dan tingkat signifikansinya sebesar $0,022 < \alpha 0,05$ maka HO_1 ditolak, hal ini dapat disimpulkan bahwa harga (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y) pada pembelian smartphone Xiaomi di Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Angkatan 2015 Universitas Bhayangkara Jakarta Raya
2. Hasil uji T (parsial) variabel kualitas produk menghasilkan $t_{hitung} 2,823 > t_{tabel} 1,992$ dan tingkat signifikansinya sebesar $0,006 < \alpha 0,05$ maka HO_2 ditolak, hal ini dapat disimpulkan bahwa kualitas produk (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y) pada pembelian smartphone Xiaomi di Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Angkatan 2015 Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
3. Hasil uji F (simultan) menunjukkan bahwa $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu $= 15,049 > 3,12$ dan nilai signifikansinya sebesar $0,000 (0,000 < 0,05)$, maka Ho ditolak dan Ha diterima. Artinya ada pengaruh positif signifikansi antara harga dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen
4. 70,8% dari variabel kualitas pelayanan, variabel keputusan pembelian, variabel loyalitas pelanggan, dan lain-lain

5.2. Implikasi Manajerial

Berdasarkan penelitian ditemukan bahwa secara parsial menyatakan bahwa variabel harga dan kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Hal ini berarti membuktikan bahwa semakin meningkat harga dan kualitas produk maka akan semakin meningkat juga kepuasan konsumen terhadap smartphone Xiaomi secara

signifikan. Perusahaan Xiaomi perlu menambah inovasi untuk berkembangnya dan kesempurnaan produknya dimasa yang akan datang. Karena mahasiswa/i tidak hanya melihat dari produk dan harga yang baik saja tetapi juga memilih dari kualitas produk yang baik. Perusahaan Xiaomi perlu melakukan riset kepuasan konsumen lebih lanjut karena masih ada factor lain yang belum dijelaskan penelitian ini.

Berdasarkan hasil penelitian tersebut maka perusahaan perlu melakukan peningkatan, dalam hal ini meningkatkan harga dan kualitas produk yang lebih baik lagi sehingga dapat meningkatkan kepuasan konsumen pada pembelian smartphone Xiaomi khususnya mahasiswa/I Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Angkatan 2015 Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

5.3. Saran

Berdasarkan kesimpulan yang ada mengenai pengaruh harga dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada pembelian smartphone Xiaomi, penulis memberikan saran sebagai berikut:

1. Konsumen menilai smartphone Xiaomi memiliki performa yang baik dari sisi produk dan pelayanan saat ini, namun perusahaan harus terus berinovasi dimasa mendatang. Tidak hanya kualitas produk yang ditingkatkan, tetapi kualitas pelayanan juga ditingkatkan.
2. Konsumen telah mengenal baik produk smartphone Xiaomi, ini merupakan suatu keuntungan bagi perusahaan dan perusahaan berkewajiban untuk mempertahankannya agar merek smartphone Xiaomi tetap dikenal baik oleh masyarakat.