



## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.A KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian tentang pengaruh kualitas produk dan emosional terhadap kepuasan konsumen pada pengguna bedak pixy ditembilahan, maka diperoleh kesimpulan berdasarkan uji hipotesis sebagai berikut:

##### 5.A.1 Uji Koefisien Determinasi

Berdasarkan hasil Uji Koefisien Determinasi yang diperoleh pada R Square dijelaskan bahwa terdapat besar perbedaan variabel kepuasan konsumen (Y) yang dipengaruhi variabel Kualitas Produk (X1) dan Emosional (X2) . Semakin tinggi nilai R Square maka semakin menunjukkan bahwa kedua variabel tersebut memiliki potensi peran yang baik dalam membentuk tingkat kepuasan konsumen. Sementara sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak ada dalam penelitian ini.

Model variabel yang digunakan dalam penelitian ini memiliki nilai kemampuan yang baik dalam menjelaskan hubungan antara variabel kualitas produk dan emosional terhadap kepuasan konsumen. Semakin baik kualitas produk yang ditawarkan dan semakin positif pengalaman emosional yang dirasakan konsumen, maka tingkat kepuasan konsumen pun akan semakin tinggi.

##### 5.A.2 Uji Parsial (uji t)

1. Kualitas Produk tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada pengguna bedak pixy di ditembilahan. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun kualitas produk sudah baik dan sesuai dengan harapan, faktor tersebut belum cukup kuat untuk meningkatkan kepuasan konsumen secara nyata. Konsumen



cenderung menganggap kualitas sebagai sesuatu yang sudah seharusnya ada pada produk yang mereka beli, sehingga tidak menjadikannya sebagai faktor utama dalam menilai kepuasan mereka. upaya peningkatan kepuasan tidak bisa hanya mengandalkan perbaikan kualitas produk, tetapi juga perlu melibatkan faktor lain yang lebih dirasakan konsumen secara langsung.

2. Emosional berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada pengguna bedak pixy di tembilahan. Faktor emosional ini terbukti mampu menciptakan hubungan yang lebih dekat antara konsumen dan produk, serta memberikan kesan positif yang bertahan lama. semakin positif pengalaman emosional yang dirasakan konsumen saat menggunakan bedak Pixy seperti merasa percaya diri, nyaman, dan puas semakin tinggi pula tingkat kepuasan mereka.

## 5.B SARAN

Berdasarkan Kesimpulan diatas, dengan ini dikemukakan saran-saran penelitian sebagai berikut:

1. Indikator kualitas produk dengan pernyataan “produk ini memberikan hasil sesuai dengan klaim yang tertera dikemasannya” memperoleh nilai terendah. Bahwa adanya kesenjangan antara ekspektasi dan pengalaman konsumen. ini menunjukkan bahwa adanya keraguan dari konsumen terhadap keakuratan klaim yang disampaikan produk bedak pixy. Karena klaim tidak sepenuhnya benar ada diprodukannya Maka perusahaan disarankan meningkatkan keakuratan informasi yang tercantum pada kemasan, sekaligus memastikan bahwa produk benar-benar memberikan hasil sesuai klaim yang disampaikan. ini penting untuk membangun



kepercayaan dan meningkatkan kepuasan konsumen.

2. Indikator emosional dengan pernyataan “produk ini memberikan kesan eksklusif dan istimewa bagi penggunaanya” mendapatkan nilai terendah. Perusahaan disarankan meningkatkan kesan eksklusif produk melalui inovasi desain kemasan, peningkatan kualitas komunikasi merek, serta pemasaran yang menonjol dibandingkan kompetitor sejenis, diharapkan konsumen dapat merasakan pengalaman emosional yang lebih positif dan merasa produk ini memiliki nilai lebih.
3. Indikator kepuasan konsumen dengan pernyataan “saya akan tetap memilih produk ini dibandingkan merek lain” mendapat nilai terendah, perusahaan perlu meningkatkan keunggulan produk, baik dari segi kualitas, harga, maupun promosi, agar konsumen merasa lebih loyal dan tidak mudah beralih ke merek lain.