

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan terkait dengan “Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Produk Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi kasus di UD. Lancar Abadi Tulungagung)”, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut

1. Kualitas Produk memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan konsumen. Hal ini dikarenakan produk yang dijual UD. Lancar Abadi Tulungagung merupakan produk yang telah memiliki kualitas yang dapat dipercaya oleh konsumen yang memiliki produk yang beragam, memiliki daya tahan yang bagus sehingga dapat menarik minat konsumen untuk membeli produk.
2. Harga Produk memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan konsumen. Hal ini dikarenakan produk yang dijual UD. Lancar Abadi Tulungagung memiliki harga yang sesuai dengan kualitas produk yang ditawarkan dan manfaat yang dirasakan dan harga yang ditawarkan mampu bersaing dengan merek lain. Dengan begitu akan menarik minat konsumen untuk membeli produk.
3. Kualitas Produk dan Harga Produk secara bersama-sama dapat mempengaruhi kepuasan pembelian konsumen. Hal ini dikarenakan Kualitas Produk dan Harga Produk saling berhubungan satu dengan yang lainnya. Jadi apabila harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas yang diperoleh dan dapat diterapkan dengan baik maka akan mempengaruhi konsumen untuk melakukan pembelian di UD Lancar Abadi Tulungagung.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan hasil penelitian, maka peneliti memberi saran sebagai berikut:

1. Bagi Akademisi

Diharapkan penelitian ini bermanfaat dan bisa digunakan sebagai tambahan informasi atau rujukan bagi para akademis, terutama mengenai penelitian Pengaruh Kualitas dan Harga produk Terhadap kepuasan konsumen.

2. Bagi UD. Lancar Abadi Tulungagung

Penelitian ini diharapkan Berguna bagi pemilik usaha. Semoga Saran, pemikiran, serta masukan strategi pemasaran supaya dapat menambah daya beli konsumen dan minat konsumen untuk membeli produk di UD. Lancar Abadi Tulungagung.

3. Bagi peneliti yang akan datang

Bagi peneliti yang akan datang sebagai bahan acuan dan untuk penelitian selanjutnya diharapkan dapat menambah berbagai indikator- indikator pada masing-masing bauran pemasaran sehingga dapat mengetahui faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen.