

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan penjelasan dari bab sebelumnya, serta pembahasan yang disertai dengan teori dan konsep yang mendukung mengenai penelitian yang telah dilakukan, maka ditarik kesimpulan terkait kualitas produk, citra merek, dan persepsi harga terhadap kepuasan konsumen yaitu sebagai berikut:

1. Variabel kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik kualitas produk tersebut dapat meningkatkan kepuasan konsumen *Sunscreen Wardah* di mahasiswa FEB Universitas Nasional.
2. Variabel citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi citra merek yang diberikan maka dapat meningkatkan kepuasan konsumen *Sunscreen Wardah* di mahasiswa FEB Universitas Nasional.
3. Variabel persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik persepsi harga maka dapat meningkatkan kepuasan konsumen *Sunscreen Wardah* di mahasiswa FEB Universitas Nasional.

## B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan serta kesimpulan yang telah dikemukakan sebelumnya, maka penulis akan memberikan beberapa saran dengan tujuan untuk mengatasi kekurangan yang terjadi dan memberikan manfaat dan dapat dijadikan sebagai bahan masukan bagi *Sunscreen* Wardah dan peneliti selanjutnya. Adapun saran-saran yang akan diberikan yaitu sebagai berikut:

1. Menurut hasil penelitian, pada variabel kualitas produk dengan indikator Produk *Sunscreen* Wardah desain dan kombinasi warnanya sangat serasi, memiliki hasil mean paling rendah. Hal ini menjadi fokus utama *Sunscreen* Wardah pada kualitas produk dengan cara *Sunscreen* Wardah harus lebih bervariasi dalam memproduksi *Sunscreen* dengan desain yang lebih *modern* sehingga diharapkan dapat mempengaruhi kepuasan konsumen.
2. Menurut hasil penelitian, pada variabel citra merek dengan indikator merek Wardah mempunyai ciri khas di setiap produk, memiliki hasil mean paling rendah. Hal ini menjadi fokus utama *Sunscreen* Wardah pada citra merek untuk memberikan citra merek yang lebih besar kepada konsumen sehingga diharapkan dapat mempengaruhi kepuasan konsumen.
3. Menurut hasil penelitian, pada variabel persepsi harga dengan indikator harga produk *Sunscreen* Wardah lebih murah dibandingkan dengan merek yang lain, memiliki hasil mean paling rendah. Hal ini menjadi fokus utama *Sunscreen* Wardah pada persepsi harga untuk memberikan strategi pada penentuan produk dengan cara produk yang ditawarkan harus lebih *up to date* dan mengikuti *trend mode* pada masanya sehingga diharapkan dapat mempengaruhi kepuasan konsumen.