

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Dari hasil analisis data yang telah dilakukan pada penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Dan Harga Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Brand Cobottex Gresik”** dapat ditarik simpulan sebagai berikut:

1. Analisis hasil pengujian menunjukkan bahwa Kualitas Produk (X1) dan Harga Produk (X2) secara simultan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) terhadap produk Cobottex di Gresik. Pengaruh kualitas merek terhadap perilaku konsumen mencakup keunggulan dan kelemahan komparatif suatu produk dibandingkan dengan pesaingnya. Selain itu, kepuasan yang diperoleh dari konsumen lain dapat secara signifikan membangkitkan minat dan mendorong keputusan pembelian. Temuan dari analisis uji parsial (uji-t) menunjukkan bahwa Kualitas Produk (X1) memberikan pengaruh parsial yang signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) terhadap produk Cobottex di Gresik.
2. Hasil analisis uji parsial (uji-t) menunjukkan bahwa Harga Produk (X2) memiliki pengaruh parsial yang signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) untuk produk Cobottex di Gresik. Reputasi produk, karena kualitasnya, dapat secara signifikan menumbuhkan loyalitas konsumen yang lebih besar.

## 5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, peneliti dapat mengajukan beberapa rekomendasi, yaitu:

1. Hasil yang diharapkan dari penelitian ini bertujuan untuk memperkaya pengetahuan di bidang administrasi bisnis, sekaligus meningkatkan pemahaman dan perspektif tentang strategi pemasaran dalam sektor bisnis.
2. Hasil yang diharapkan dari penelitian ini dapat menjadi titik acuan dan landasan bagi peneliti di masa mendatang. Memperluas ukuran sampel dan memasukkan variabel tambahan yang belum dipertimbangkan dapat menghasilkan temuan beragam yang dapat memengaruhi kepuasan pelanggan secara signifikan.
3. Untuk meningkatkan kepuasan pelanggan, Cobottex Gresik diharapkan akan terus memilih selebriti yang memiliki produk berkualitas dengan tingkat popularitas tinggi. Strategi ini bertujuan untuk merepresentasikan produk secara efektif dengan cara yang menarik, sehingga memperkuat reputasi kualitas produk di benak konsumen.

4. Diharapkan berbagai pemangku kepentingan dapat memanfaatkan ini sebagai referensi berharga untuk wawasan atau literatur mengenai bidang *Citra Merek*, Kualitas Produk, Kepuasan Konsumen, dan Loyalitas Konsumen terhadap produk.