

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. KESIMPULAN

Dari hasil analisis dan pembahasan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Analisis regresi linier berganda menunjukkan hasil koefisien determinan (R^2) = 0,256 atau 25,6 persen dengan $F_{hitung} = 51,561$; $df_1 = 2$ dan $df_2 = 93$ serta $\alpha = 0,05$ diperoleh F_{tabel} sebesar 3,097. Karena F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} maka dapat disimpulkan terdapat pengaruh yang positif dan signifikan secara bersama-sama antara variabel *brand image* dan *product features* terhadap kepuasan konsumen (pemakai *handphone* Nokia).
2. Korelasi parsial untuk variabel *brand image* diperoleh $t_{hitung} = 5,017$ lebih besar dari t_{tabel} dengan taraf signifikansi 0,05 dan $df = 93$ diperoleh t_{tabel} sebesar 1,664 maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara *brand image* terhadap kepuasan konsumen.
11. Korelasi parsial untuk variabel *product features* diperoleh $t_{hitung} = 5,201$ lebih besar dari t_{tabel} dengan taraf signifikansi 0.05 dan $df = 93$ diperoleh t_{tabel} sebesar 1,664 maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara *product features* terhadap kepuasan konsumen.

4. Untuk variabel *brand image* ditemukan koefisien korelasi parsial sebesar 0,462 sehingga koefisien determinan parsial $(r^2) = 0,462^2 = 0,213$ atau 21,3 %. Untuk variabel *product features* ditemukan koefisien determinan parsial sebesar 0,475 sehingga koefisien determinan parsial $(r^2) = 0,475^2 = 0,226$ atau 22,6 %. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel *product features* lebih berpengaruh daripada variabel *brand image* terhadap kepuasan konsumen.

B. SARAN

Berdasarkan kesimpulan dan hasil penelitian, ada beberapa saran yang bisa dijadikan sebagai sumbangan pemikiran dalam meningkatkan kepuasan konsumen terutama untuk produk *handphone* Nokia yaitu:

1. Karena *product features* *handphone* Nokia lebih berpengaruh terhadap kepuasan konsumen maka alangkah baiknya produsen *handphone* Nokia lebih menekankan pada peningkatan *product features*. Contohnya : penambahan menu, modifikasi desain *handphone*, dan lain-lain.
2. Walaupun *handphone* Nokia mempunyai *brand image* yang baik dibanding produk lain yang sejenis tetapi *handphone* Nokia tetap harus mempertahankan mutu dan kualitas agar tidak kalah dengan pesaing-pesaingnya.