

## 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.