

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil analisa data dan pengujian hipotesis yang telah dilakukan, maka kesimpulan dalam penelitian ini adalah :

1. Desain Produk berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen pada AMDK Le Minerale Di Bandar Lampung.
2. Kepercayaan Merek berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen pada AMDK Le Minerale Di Bandar Lampung.
3. Desain Produk dan Kepercayaan Merek berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen pada AMDK Le Minerale Di Bandar Lampung.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka dalam meningkatkan Kepuasan Konsumen pada AMDK Le Minerale Di Bandar Lampung, maka disarankan hal-hal sebagai berikut :

5.2.1 Bagi Perusahaan

1. Desain Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen pada AMDK Le Minerale Di Bandar Lampung, Untuk meningkatkan kepercayaan merek terhadap Kepuasan Konsumen pada konsumen AMDK Le Minerale maka, perusahaan harus meningkatkan Desain produk agar menjamin kepercayaan merek konsumen kepada AMDK Le Minerale dapat selalu terjaga.
2. Kepercayaan Merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen pada AMDK Le Minerale Di Bandar Lampung. Sebaiknya perusahaan terus berupaya dalam menawarkan berbagai varian baru kepada konsumen, disarankan untuk tetap mempertahankan Kepercayaan Merek produk secara meluas sehingga konsumen dapat dengan mudah mengetahui produk AMDK Le Minerale.
3. Dalam penelitian ini yang digunakan sebagai variabel Desain Produk, Kepercayaan Merek, berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen. Dalam upaya meningkatkan Kepuasan Konsumen pada

konsumen diharapkan Tetap meningkatkan penggunaan komponen Desain Produk agar dapat menangkap perhatian konsumen dan meningkatkan kenyamanan.

5.2.2 Bagi Peneliti Selanjutnya

1. Bagi Peneliti selanjutnya yang ingin mengangkat judul yang sama dapat menggunakan teori-teori yang lain, serta menambah variabel lain seperti *brand image*, atribut produk dan bauran pemasaran serta lainnya.
2. Selain itu, sangat disarankan juga untuk peneliti selanjutnya untuk meneliti objek yang berbeda karena Desain Produk, Kepercayaan Merek, dalam meningkatkan Kepuasan Konsumen sangat bervariasi dari tiap objek yang diteliti.