

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. Kualitas Produk berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen pada *Hand Sanitizer* Merek Antis Di Bandar Lampung.
2. Kepercayaan Merek berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen pada *Hand Sanitizer* Merek Antis Di Bandar Lampung.
3. Kualitas Produk dan Kepercayaan Merek berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen pada *Hand Sanitizer* Merek Antis Di Bandar Lampung.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka dalam meningkatkan Kepuasan Konsumen pada *Hand Sanitizer* Merek Antis Di Bandar Lampung, maka disarankan hal-hal sebagai berikut :

5.2.1 Bagi Perusahaan

1. Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen pada *Hand Sanitizer* Merek Antis Di Bandar Lampung, Untuk meningkatkan kepercayaan merek terhadap Kepuasan Konsumen pada konsumen *Hand Sanitizer* Merek Antis maka, perusahaan harus meningkatkan kualitas produk agar menjamin kepercayaan merek konsumen kepada *Hand Sanitizer* Merek Antis dapat selalu terjaga.
2. Kepercayaan Merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen pada *Hand Sanitizer* Merek Antis 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 *Hand Sanitizer* Merek Antis.
3. Dalam penelitian ini yang digunakan sebagai variabel Kualitas Produk, Kepercayaan Merek, berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen. Dalam upaya meningkatkan Kepuasan Konsumen pada konsumen diharapkan Tetap meningkatkan penggunaan komponen

Kualitas 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 Kualitas Produk, Kepercayaan Merek, dalam meningkatkan Kepuasan Konsumen sangat bervariasi dari tiap objek yang diteliti.