

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui variabel mana saja yang mempunyai pengaruh pada Kepuasan Pelanggan. Variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini adalah variabel *International Brand Image* (X_1) dan Kualitas Produk (X_2). Variabel terikat yang digunakan adalah Kepuasan Pelanggan (Y).

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah diuraikan pada bab IV, maka dapat diambil kesimpulan untuk menjawab perumusan masalah bahwa terdapat pengaruh signifikan secara parsial pada variabel bebas *International Brand Image* (X_1) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y), yang dilakukan dengan menggunakan Uji t atau perhitungan secara parsial menunjukkan bahwa *International Brand Image* (X_1) dengan Kepuasan Pelanggan memiliki nilai signifikansi $t(0,002) < \alpha = 0.05$ maka pengaruh *International Brand Image* (X_1) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) adalah signifikan. Butir kesatu pada variabel bebas *International Brand Image* memiliki rata-rata nilai skor tertinggi sebesar 4,19 yang menunjukkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan NYX adalah tinggi.

Perhitungan menggunakan uji t atau perhitungan secara parsial juga menunjukkan bahwa Kualitas Produk (X_2) dengan Kepuasan Pelanggan (Y) memiliki nilai signifikansi $t(0,000) < \alpha = 0.05$ maka pengaruh Kualitas Produk (X_2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) adalah signifikan pada alpha 5%. Berdasarkan pada hasil uji t didapatkan bahwa variabel Kualitas Produk

mempunyai nilai t hitung dan koefisien β yang paling besar. Variabel Kualitas Produk mempunyai pengaruh yang paling kuat dibandingkan dengan variabel *International Brand Image* maka variabel Kualitas Produk mempunyai pengaruh yang dominan terhadap Kepuasan Pelanggan. Butir kedua pada variabel bebas Kualitas Produk memiliki rata-rata nilai skor tertinggi sebesar 4,20 yang menunjukkan bahwa produk *SMLC* mudah di aplikasikan.

Terdapat pengaruh yang signifikan secara bersama-sama dari variabel bebas terhadap Kepuasan Pelanggan dilakukan dengan menggunakan uji F. Hal tersebut ditunjukkan dari hasil analisis regresi linier berganda diperoleh nilai sig F (0,000) $< \alpha = 0.05$ maka model analisis regresi adalah signifikan. Hal ini berarti H_0 ditolak dan H_1 diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel bebas *International Brand Image* (X1) dan Kualitas Produk (X2) dapat mempengaruhi secara signifikan terhadap variabel terikat Kepuasan Pelanggan (Y).

B. Saran

1. Saran Bagi Perusahaan
 - a. *International Brand Image* yang melekat pada produk *SMLC* dari NYX telah dikenal secara global dan dapat membuat pelanggan menjadi puas. Hal ini membuat perusahaan harus terus mempertahankan dan meningkatkan *image* baik yang melekat pada NYX demi menjaga kepercayaan dan kepuasan dari pelanggan
 - b. Pengaruh dominan yang dimiliki oleh Kualitas Produk dalam mempengaruhi Kepuasan Pelanggan dan semakin banyaknya persaingan dari produk serupa, diharapkan NYX selaku perusahaan kosmetik pembuat *SMLC* dapat terus meningkatkan inovasi yang lebih kreatif.

Adanya warna-warna baru untuk musim tertentu dari *SMLC* juga diperlukan.

2. Saran Bagi Peneliti Selanjutnya

Mengingat penelitian ini terbatas pada keberadaan *International Brand Image* di mata pelanggan dan adanya kualitas suatu produk, serta variabel dalam penelitian ini merupakan hal penting yang mempengaruhi Kepuasan Pelanggan, maka bagi peneliti lain yang berminat terhadap permasalahan *brand* maupun kualitas, sebaiknya mengembangkan penelitian ini untuk mengetahui dampak lainnya dan mengembangkan variabel lain seperti jenis produk, bentuk produk, tempat pembelian, jumlah produk yang dibeli, cara pembayaran, harga, dan promosi