BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

V.1 Simpulan

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan pada penelitian ini serta pembahasan yang telah diuraikan sebelumnya dengan menggunakan analisis *PLS* terkait dengan pengaruh harga, kualitas produk, dan citra merek terhadap kepuasan pelanggan *notebook* Lenovo, maka dapat disimpulkan bahwa :

Harga memiliki pengaruh serta tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan *notebook* Lenovo yang berarti bahwa harga yang ditetapkan oleh Lenovo yang meliputi keterjangkauan harga, harga sesuai kemampuan atau daya saing harga, kesesuaian harga dengan kualitas produk, dan kesesuaian harga dengan manfaat tidak memiliki kontribusi dalam mempengaruhi kepuasan pelanggan pada *notebook* Lenovo. Atas hal tersebut, maka tidak sejalan dengan hipotesis yang telah dibuat sebelumnya yaitu diduga harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan *notebook* Lenovo. Dengan begitu maka harga yang terdapat pada *notebook* Lenovo baik murah ataupun mahal sekalipun tidak berpengaruh dengan kepuasan dari pelanggan *notebook* Lenovo.

Kualitas produk memiliki pengaruh serta signifikan terhadap kepuasan pelanggan *notebook* Lenovo yang dapat diartikan bahwa kualitas produk yang meliputi kinerja, reliability, fitur, daya tahan, konsisten dan desain memiliki kontribusi dalam mempengaruhi kepuasan pelanggan pada *notebook* Lenovo. Dengan begitu, dapat diartikan bahwa pernyataan itu sejalan dengan hipotesis yang telah dibuat sebelumnya yaitu diduga kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan *notebook* Lenovo. Oleh karena itu, kualitas produk yang terdapat pada *notebook* Lenovo baik fitur, kinerja, daya tahan atau lainnya dapat menjadi pengaruh dalam kepuasan pelanggan.

Citra merek memiliki pengaruh serta signifikan terhadap kepuasan pelanggan *notebook* Lenovo yang diartikan bahwa citra merek meliputi citra pembuat, citra pemakai, dan citra produk berkontribusi dalam mempengaruhi kepuasan pelanggan pada *notebook* Lenovo. Dengan begitu, dapat diartikan bahwa pernyataan tersebut sejalan dengan hipotesis yang telah dibuat sebelumnya yaitu diduga citra merek berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan *notebook* Lenovo. Artinya semakin baik citra merek yang dimiliki oleh perusahaan Lenovo maka semakin baik pula kepuasan yang didapatkan oleh pelanggan *notebook* Lenovo.

V.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan dan manfaat yang terdapat pada penelitian ini, maka peneliti memberikan saran sebagai berikut :

1. Untuk variabel kualitas produk apabila dilihat dari hasil penelitian yang telah dilakukan bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan *notebook* Lenovo maka peneliti menyarankan agar perusahaan Lenovo terus meningkatkan kualitas produk dari *notebook* yang dibuatnya sehingga akan berpengaruh terhadap peningkatan kepuasan pelanggan nantinya. Salah satunya yaitu dengan meningkatkan kualitas dari *notebook* Lenovo baik dari segi bahan cangkang *notebook* tersebut ataupun kualitas dari onderdil dalam *notebook* Lenovo.
2. Untuk variabel citra merek apabila melihat dari hasil penelitian yang telah dilakukan bahwa citra merek berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan *notebook* Lenovo, maka peneliti menyarankan agar perusahaan Lenovo terus menjaga citra merek yang dimiliki dari perusahaan Lenovo atau bahkan meningkatkan citra merek perusahaan menjadi lebih baik lagi dengan berbagai cara. Salah satunya yaitu dengan menjaga kualitas produknya serta memberikan garansi pada produk *notebook* Lenovo.