

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Berdasarkan kategori variabel harga nilai 43.44 tergolong cukup atau sedang. Harga produk scarlett whitening memiliki kedudukan rata-rata bagi subjek atau mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah Angkatan 2019 dibandingkan produk skin care lain yang memiliki harga lebih mahal. Hal ini terbukti dengan banyaknya responden yang merupakan mahasiswa ES Angkatan 2019 mengisi kolom sangat setuju terkait dengan variabel harga pada produk scarlett whitening.
2. Berdasarkan kategori variabel kualitas produk nilai 40.81 tergolong cukup atau sedang. Kualitas produk pada scarlett whitening menjadi salah satu hal yang sangat diperhitungkan oleh responden atau subjek. Hal ini dikarenakan, dengan harga yang terjangkau mereka dapat memiliki kualitas produk yang sangat baik dan sesuai dengan keinginan konsumen. Hal ini terbukti dengan sebagian besar responden menjawab sangat setuju pada kuesioner variabel kualitas produk.
3. Berdasarkan kategori variabel kepuasan konsumen nilai 35.45 tergolong cukup atau sedang. Kepuasan konsumen merupakan imbas dari harga dan kualitas produk. Berdasarkan hasil dari kuesioner pada variabel kepuasan konsumen, sebagian besar subjek atau responden merasakan kepuasan menggunakan produk scarlett whitening.
4. Harga berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen sebesar 0,467 atau 46,7% yang berada pada kategori sedang atau cukup. Maka dapat diartikan bahwa semakin baik dan tepatnya tingkat harga pada suatu produk, maka akan meningkatkan kepuasan konsumen pada mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah IAIN Kediri Angkatan 2019.
5. Kualitas Produk memiliki pengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen produk scarlett whitening sebesar 0,378 atau 37,8% yang berada pada kategori sedang atau cukup. Ini berarti semakin tinggi kualitas suatu produk maka konsumen akan merasa puas dan akan terus membeli produk tersebut selama konsumen mendapatkan *value* dari produk tersebut.

6. Harga dan Kualitas Produk berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Konsumen pada Mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah Angkatan 2019 IAIN Kediri. Ini berarti bahwa semakin tepat tingkat harga dan tingginya kualitas produk akan meningkatkan kepuasan konsumen produk Scarlett Whitening terutama pada Mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah Angkatan 2019 IAIN Kediri.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka peneliti ingin menyampaikan beberapa saran yang sekiranya dapat dijadikan masukan, yakni sebagai berikut:

1. Untuk dapat meningkatkan Kepuasan Konsumen Produk Scarlett Whitening, maka perusahaan harus melakukan *maintenance*, pertimbangan tingkat harga, dan kualitas produk sehingga dapat menarik bagi penggunanya, terutama dikalangan mahasiswa.
2. Diharapkan pada peneliti selanjutnya dapat mengembangkan objek yang lebih luas dan terbuka, apalagi di era teknologi saat ini. Misalnya dengan menggunakan faktor lain dan pola implementasinya dalam mengamati kepuasan konsumen terhadap suatu produk barang dan jasa.