

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan beberapa hasil pengolahan data dan analisis yang berkaitan dengan rumusan masalah dalam penelitian ini, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Variabel Kualitas Produk (X) Scarlett pada mahasiswi IAIN Kediri prodi Ekonomi Syariah angkatan tahun 2016 termasuk dalam kategori cukup. Hasil ini disimpulkan berdasarkan nilai rata-rata (*Mean*) senilai 73,22 yang berada di antara skor 70,6855 dan 75,7545.
2. Variabel kepuasan konsumen (Y) Scarlett pada mahasiswi IAIN Kediri Prodi ekonomi syariah angkatan 2016 termasuk dalam kategori cukup. Artinya responden merasa puas telah menggunakan Scarlett dan berminat untuk melakukan pembelian ulang. Hasil ini disimpulkan berdasarkan nilai rata-rata (*Mean*) senilai 71,10 yang berada di antara skor 79,365 dan 84,215.
3. Hasil perhitungan korelasi yang dilakukan dengan menggunakan SPSS 21 kualitas produk dengan kepuasan konsumen, menunjukkan *person correlation* sebesar 0,523 dan signifikan 0,000 angka ini menunjukkan adanya korelasi sedang. Dari hasil uji regresi menggunakan SPSS 21 maka diperoleh persamaan regresi $Y=35,516+0,486X$. Berdasarkan uji koefisien determinasi parsial yang telah dilakukan dengan menggunakan SPSS didapatkan nilai *R Square* 0,273 artinya variable kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen sebesar 27,3%, kemudian sisanya sebesar 72,7% dipengaruhi atau dijelaskan

oleh variabel-variabel lain yang tidak dimasukkan dalam variabel penelitian ini seperti harga, kualitas pelayanan, emosi, dan biaya

B. Saran

1. Bagi perusahaan

Scarlett merupakan merek produk yang menghasilkan berbagai produk perawatan berkualitas baik dan aman bagi wanita terutama produk body lotion yang saat ini sedang menjadi produk yang paling banyak diminati bahkan menjadi pemecah rekor penjualan terbanyak di berbagai toko online yang artinya kualitas dari produk bodylotion scarlet sudah tidak diragukan lagi, karena antusias konsumen yang tinggi diharapkan scarlett dapat tetap mempertahankan kualitas yang ada serta menjangkau pasar offline seperti indomaret dan alfamart agar pembeli lebih mudah menjangkau produk original yang terpercaya meskipun di pasar offline.

2. Bagi peneliti selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya akan lebih baik lagi jika pada variabel bebasnya dapat di tambahkan, agar hasil penelitiannya dapat lebih menggambarkan mengenai objek yang akan di teliti, mengingat bahwasannya pengaruh kualitas produk sebesar 27,3% sedangkan sisanya 72,7%. Sebagaimana masih terdapat variabel-variabel lain untuk diteliti. Maka untuk penelitian selanjutnya dapat meneliti variabel lainnya yang mempengaruhi kepuasan konsumen atau ada perubahan pada perilaku konsumen.