

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang penulis lakukan terhadap kepuasan pelanggan produk Wardah di Kecamatan Cakung, Jakarta Timur, berdasarkan harga dan komunikasi *word of mouth* maka kesimpulan dalam penelitian ini yaitu:

1. Variabel kualitas harga dan komunikasi *word of mouth* secara keseluruhan/ simultan mempunyai pengaruh terhadap kepuasan pelanggan, hal tersebut dibuktikan dengan uji F dengan nilai F_{hitung} sebesar 32,437 ($F_{hitung} > F_{tabel}$, $32,437 > 3,939$).
2. Variabel harga secara parsial/ sebagian mempunyai pengaruh terhadap kepuasan pelanggan, hal tersebut dibuktikan dengan uji t dengan nilai t_{hitung} sebesar 2,941 ($t_{hitung} > t_{tabel}$, $2,941 > 1,985$).
3. Variabel komunikasi *word of mouth* secara parsial/ sebagian mempunyai pengaruh terhadap kepuasan pelanggan, hal tersebut dibuktikan dengan uji t dengan nilai t_{hitung} sebesar 5,187 ($t_{hitung} > t_{tabel}$, $5,187 > 1,985$).

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian serta pembahasan yang telah dilakukan, maka saran yang dapat diberikan yaitu, sebaiknya produk Wardah harus bisa dipertahankan dan ditingkatkan kembali kualitas produk serta pelayanan yang

diberikan kepada konsumen. Dengan begitu, konsumen akan merasa puas dan dapat merekomendasikan produk Wardah untuk semua kalangan. Hal tersebut dapat memperluas pasar dari produk Wardah. Jika produk Wardah dijual secara eceran atau tidak pada *official store*, sebaiknya ditetapkan harga eceran tertinggi dan terendah untuk setiap produknya. Selain itu, dikarenakan sekarang banyak beredar kosmetik palsu di pasaran, maka sebaiknya perusahaan dapat memperhatikan kembali produknya agar tidak mudah ditiru oleh pihak yang tidak bertanggungjawab, sehingga konsumen akan tetap aman selama menggunakan produk Wardah.

