BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dengan melihat hasil penelitian yang telah penulis lakukan dengan judul "Pengaruh Kualitas Produk dan Garansi Seumur Hidup terhadap Kepuasan Konsumen Tupperware (Studi di PT. Banten Anugerah Abadi)", maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Secara parsial, terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas produk terhadap kepuasan konsumen Tupperware di PT. Banten Anugerah Abadi. Untuk variabel kualitas produk (X_1) diketahui bahwa nilai t_{hitung} 2,548 > t_{tabel} 1,98580, dan tingkat signifikansi 0,012 < 0,05 atau 5%, maka dengan demikian Ho_1 ditolak dan Ha_1 diterima. Secara parsial, terdapat pengaruh yang signifikan antara garansi seumur hidup terhadap kepuasan konsumen Tupperware di PT. Banten Anugerah Abadi. Untuk variabel garansi seumur hidup (X_2) diketahui bahwa nilai t_{hitung} 3,670 > t_{tabel} 1,98580, dan tingkat signifikansi 0,000 < 0,05 atau 5% maka dengan demikian Ho_2 ditolak dan Ha_2 diterima. Berdasarkan hasil uji F diketahui bahwa terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan antara kualitas produk dan garansi seumur hidup terhadap kepuasan konsumen Tupperware di

PT. Banten Anugerah Abadi. Diketahui nilai F_{hitung} 22,874 > F_{tabel} 3.094 dan nilai signifikansi sebesar 0,000 < 0,05 atau 5% maka dapat disimpulkan bahwa Ho_3 ditolak dan Ha_3 diterima.

2. Nilai R *square* sebesar 0,330 artinya 33% variabel kepuasan konsumen (Y) disebabkan oleh variabel kualitas produk (X_1) dan garansi seumur hidup (X_2). Sedangkan sisanya sebesar 67% dijelaskan oleh variabel lain seperti variabel harga, *brand image*, kualitas pelayanan dan sebagainya.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan maka saran yang dapat penulis ajukan adalah sebagai berikut:

1. Bagi perusahaan PT. Banten Anugerah Abadi, kualitas produk dan garansi seumur hidup menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen. Oleh karena itu perusahaan harus lebih meningkatkan kualitas produk dan garansi seumur hidup diantaranya memberikan penawaran yang menarik kepada member agar dapat meningkatkan penjualan produk Tupperware.
2. Bagi member Tupperware, selain menawarkan produk kepada pembeli, sebaiknya juga menjelaskan tentang layanan-layanan yang diberikan oleh Tupperware, seperti prosedur memperoleh garansi

seumur hidup. Karena tidak semua pembeli mengetahui prosedur dalam memperoleh garansi.

3. Bagi penelitian selanjutnya, dengan memperhatikan keterbatasan-keterbatasan yang ada dalam penelitian ini, diharapkan ada penelitian selanjutnya yang serupa dimasa yang akan datang untuk menambah variabel lain yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen pada produk Tupperware.