

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Kesimpulan yang diperoleh berdasarkan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. *Brand awareness* tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen produk Cat Nippon Paint di Lamongan.
2. Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Cat Nippon Paint di Lamongan.
3. Harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Cat Nippon Paint di Lamongan.
4. *Brand awareness*, Kualitas Produk dan Harga berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen Cat Nippon Paint di Lamongan.

#### B. Saran

1. Bagi manajemen CV. Yoga Putra Lamongan
  - a. Pada variabel *Brand awareness*: Disarankan membuat program loyalitas atau promosi khusus untuk pelanggan setia dapat membantu membangun kesetiaan merek dan memperkuat *Brand awareness*. Ini bisa termasuk diskon khusus, penawaran eksklusif, atau hadiah bagi pelanggan yang merekomendasikan merek kepada orang lain.
  - b. Pada variabel kualitas produk: Disarankan CV. Yoga Putra Lamongan dapat tetap memastikan bahwa kualitas produk yang ditawarkan

memenuhi atau melebihi standar kualitas yang diharapkan oleh konsumen.

- c. Pada variabel harga: Disarankan memberikan harga yang lebih terjangkau, dimana CV. Yoga Putra Lamongan dapat memberikan wawasan, bahwa konsumen dapat memahami nilai yang mereka dapatkan dengan harga yang mereka bayar dapat membantu membangun kepercayaan dan meningkatkan kepuasan konsumen

2. Bagi penelitian yang akan datang

Melakukan analisis mendalam untuk memperoleh pemahaman yang lebih baik tentang faktor-faktor lain yang berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Meninjau faktor-faktor tambahan yang belum dimasukkan ke dalam model dapat memberikan informasi tambahan, seperti lokasi, citra merek, loyalitas pelanggan, kualitas layanan, dan aspek lainnya.

