

## BAB V

### KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan uraian-uraian teori hasil penelitian dan pengujian analisis korelasi dan regresi linear sederhana yang dilaksanakan mengenai pengaruh inovasi *green product* terhadap kepuasan konsumen pada pembeli AC Alowa+ Panasonic di Komplek Pertokoan Elektronik Proyek Bekasi dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Gambaran kinerja inovasi *green product* yang diterapkan pada produk AC Alowa+ Panasonic dapat dilihat dari dimensi-dimensinya yang terdiri dari *energy based product*, *material-driven product*, *pollution-prevention product*, dan *packaging*. Hal ini menunjukkan bahwa kinerja inovasi *green product* dilaksanakan dengan baik oleh PT Panasonic Gobel Indonesia selaku perusahaan yang memproduksi AC Alowa+ Panasonic, terutama dimensi *energy based product* diperoleh rata-rata kinerja dimensi yang paling tinggi pada item pernyataan efisiensi energi listrik yang digunakan oleh AC Alowa+ Panasonic. Hal ini yang membuat lebih banyak konsumen yang memutuskan menggunakan AC Alowa+ Panasonic.
2. Gambaran dari kepuasan konsumen dapat dijelaskan melalui dimensi-dimensinya yang terdiri dari kinerja (*performance*), fitur (*features*), realibilitas, konformasi (*conformance*), daya tahan (*durability*), *serviceability*, estetika (*aesthetics*), dan persepsi terhadap kualitas.

Kepuasan konsumen tertinggi terdapat pada dimensi persepsi terhadap kualitas dengan item pernyataan adalah tanggapan konsumen terhadap reputasi perusahaan Panasonic. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan Panasonic memiliki reputasi yang baik dimata konsumennya sehingga konsumen dapat menerima dengan baik AC Alowa+ Panasonic

3. Kinerja inovasi *green product* memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen dengan tingkat korelasi yang kuat. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi kinerja inovasi *green product* maka semakin tinggi pula kepuasan konsumen.

## 5.2 Rekomendasi

Berdasarkan hasil penelitian, maka penulis merekomendasikan beberapa hal mengenai pelaksanaan kinerja inovasi *green product* terhadap kepuasan konsumen yaitu:

1. Pelaksanaan kinerja inovasi *green product* yang diterapkan pada produk AC Alowa+ Panasonic telah mampu dikembangkan dengan baik, namun masih ada beberapa penilaian konsumen yang dinilai kurang yaitu pada item pertanyaan penggunaan kemasan yang berbahan dasar ramah lingkungan. Kemasan AC Alowa+ Panasonic harus dikelola dengan baik menggunakan kemasan yang ramah lingkungan.
2. Persepsi responden terhadap kepuasan konsumen sudah baik, namun masih ada beberapa yang perlu dilakukan perbaikan yaitu pada item pertanyaan kebisingan dari mesin AC Alowa+ Panasonic. PT Panasonic Gobel Indonesia harus dapat memperbaiki kebisingan dari mesin AC

Alowa+ Panasonic agar konsumen menjadi puas atas kinerja AC Alowa+ Panasonic.

3. Kinerja inovasi *green product* memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen dengan tingkat korelasi yang kuat, maka penulis menyarankan agar perusahaan tetap menjaga dan memaksimalkan pengelolaan produk melalui inovasi *green product*.

