

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian tentang pengaruh cita rasa, kemasan, harga dan inovasi produk terhadap kepuasan konsumen Kusuma Cookies Beji, Boyolangu, Tulungagung dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Variabel cita rasa berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen Kusuma Cookies Beji, Boyolangu, Tulungagung. Hal ini dikarenakan Kusuma Cookies yang selalu mempertahankan cita rasa yang dihasilkannya dan rasa pada produk yang dihasilkan sangatlah nikmat.
2. Variabel kemasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen Kusuma Cookies Beji, Boyolangu, Tulungagung. Hal ini dikarenakan Kusuma Cookies yang selalu mengutamakan kemasan yang digunakan untuk mengemas produknya dengan membuat kemasan unik dan menarik.
3. Variabel harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen Kusuma Cookies Beji, Boyolangu, Tulungagung. Hal ini dikarenakan Kusuma Cookies memberikan harga yang terjangkau dengan produk yang berkualitas dan selalu menjaga harga pasaran agar produk yang dihasilkan tetap terjangkau bagi konsumennya.
4. Variabel inovasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen Kusuma Cookies Beji, Boyolangu, Tulungagung. Hal

ini dikarenakan Kusuma Cookies yang selalu melakukan inovasi produk yang dihasilkan untuk membuat konsumen agar tidak mudah bosan dengan produknya dan dapat berbenah untuk kedepannya supaya produk yang dihasilkannya agar lebih baik lagi.

5. Variabel cita rasa, kemasan, harga dan inovasi produk secara simultan atau bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen Kusuma Cookies Beji, Boyolangu, Tulungagung.

B. Saran

1. Bagi Perusahaan

Dengan hasil penelitian ini, diharapkan dijadikan sebagai bahan pertimbangan dan evaluasi untuk upaya mengambil keputusan bagi perusahaan dalam meningkatkan kepuasan konsumen. Supaya tujuan dari perusahaan cepat terealisasikan.

2. Bagi Akademis

Dengan hasil penelitian ini, diharapkan dijadikan sebagai tambahan informasi bagi para akademisi, bahwa faktor cita rasa, kemasan, harga dan inovasi produk sangat diperlukan untuk meningkatkan kepuasan konsumen. Selain itu juga dapat dijadikan rujukan khususnya jurusan Ekonomi Syariah dan tambahan pustaka di perpustakaan Institut Agama Islam Negeri Tulungagung.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Dengan hasil penelitian ini diharapkan bisa dijadikan referensi bagi penelitian selanjutnya. Mempermudah untuk mencari informasi mengenai

pengaruh cita rasa, kemasan, harga dan inovasi produk terhadap kepuasan konsumen. Serta untuk peneliti selanjutnya, sebaiknya mengadakan pengembangan penelitian ini dengan menambahkan variabel lainnya karena masih banyak faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen.