

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dalam pembahasan terkait pengaruh harga, selera konsumen dan kualitas produk pada usaha kerupuk rambak kulit Sami Asri Sembung Tulungagung, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Harga memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada usaha kerupuk rambak kulit Sami Asri Sembung Tulungagung. Dapat diartikan jika harga terjangkau maka kepuasan konsumen akan meningkat.
2. Selera konsumen memberikan pengaruh positif tetapi tidak signifikan. Artinya selera konsumen terdapat hubungan yang positif dengan kepuasan konsumen tetapi tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.
3. Kualitas produk memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Dapat diartikan jika kualitas produk mengalami peningkatan maka kepuasan konsumen juga akan meningkat.
4. Hasil pengujian dari variabel harga, selera konsumen dan kualitas produk secara bersama-sama atau simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada usaha kerupuk rambak kulit Sami Asri Sembung Tulungagung. Ada 3 variabel yang menempati posisi sebagai variabel bebas dalam

penelitian ini, mulai dari harga, selera konsumen dan kualitas produk.

B. Saran

Berdasarkan dari kesimpulan hasil penelitian maka penulis menyarankan:

1. Bagi perusahaan

Berdasarkan hasil penelitian terbukti bahwa variabel harga, selera konsumen dan kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, maka produk yang dihasilkan dari usaha kerupuk rambak kulit Sami Asri Sembung Tulungagung tetap mempertahankan harga, selera konsumen dan kualitas produk agar kepuasan konsumen pada kerupuk rambak kulit Sami Asri Sembung Tulungagung semakin meningkat sehingga memberikan keuntungan bagi perusahaan.

2. Bagi akademik

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi tambahan khazanah keilmuan dibidang ekonomi yang berkaitan dengan manajemen pemasaran. Namun peneliti menyadari masih banyak kekurangan dalam hal kajian maupun teori yang mendukung penelitian, sehingga perlu adanya penelitian lanjutan yang lebih mendalam agar hasil yang diberikan bisa sesuai dengan kondisi yang sesungguhnya.

3. Bagi penelitian selanjutnya

Dari hasil penelitian ini diharapkan data dijadikan acuan bagi peneliti selanjutnya terutama dalam hal manajemen pemasaran. Peneliti

menghimbau untuk peneliti selanjutnya agar menggunakan variabel yang lebih banyak dan variatif untuk mengetahui faktor apa saja yang mempengaruhi kepuasan konsumen. Peneliti menyadari dalam penelitian ini masih banyak keterbatasan dan juga kekurangan, sehingga perlu adanya penelitian selanjutnya yang lebih mendalam.