

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh elemen 12P terhadap kepuasan konsumen di NYK kopi Tulungagung. Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Perencanaan produk berpengaruh negatif signifikan terhadap kepuasan konsumen NYK kopi Tulungagung.
2. Harga tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen NYK kopi Tulungagung.
3. Saluran distribusi berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen NYK kopi Tulungagung.
4. Merek berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen NYK kopi Tulungagung.
5. Penjualan pribadi tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen NYK kopi Tulungagung.
6. Periklanan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen NYK kopi Tulungagung.
7. Promosi tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen NYK kopi Tulungagung.
8. Pengemasan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen NYK kopi Tulungagung.

9. Tampilan produk tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen NYK kopi Tulungagung.
10. Pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen NYK kopi Tulungagung.
11. Penanganan stok produk tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen NYK kopi Tulungagung.
12. Penemuan fakta dan analisis lapangan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen NYK kopi Tulungagung.
13. Elemen 12P secara simultan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen NYK kopi Tulungagung.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian di atas, peneliti memberikan saran yang diharapkan dapat memberikan informasi bagi pihak yang berkepentingan, antara lain sebagai berikut:

1. Bagi Pihak NYK Kopi Tulungagung

Sebaiknya pihak NYK Kopi Tulungagung selalu mempertahankan faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen seperti perencanaan produk, saluran distribusi (lokasi), merek, analisis kelebihan dan kekurangan baik produk maupun lokasi, dan sebagainya agar kepuasan konsumen dapat selalu tercipta sehingga muncul konsumen tetap sebanyak mungkin.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Untuk peneliti selanjutnya diharapkan menggunakan variabel independen yang tidak digunakan dalam penelitian ini, seperti kepercayaan konsumen, dan sebagainya. Juga dapat menambah jumlah responden dan obyek penelitian sehingga dapat memperoleh hasil yang lebih variatif.