

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. KESIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga, kualitas produk, kualitas pelayanan, lokasi dan promosi pada produk Teh Pucuk Harum. Dari pengumpulan data dalam penelitian yang dilakukan oleh peneliti, dapat disimpulkan hal-hal sebagai berikut :

1. Harga (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y) pada produk Teh Pucuk Harum. Artinya, semakin terjangkau harga produk Teh Pucuk Harum, maka semakin besar juga konsumen merasakan kepuasan dari produk tersebut.
2. Kualitas Produk (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y) pada produk Teh Pucuk Harum. Artinya, semakin bagus kualitas produk, maka semakin besar konsumen merasakan kepuasan dari produk tersebut.
3. Kualitas Pelayanan (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y) pada produk Teh Pucuk Harum. Artinya, semakin baik pelayanan yang diberikan, maka semakin besar juga konsumen merasakan kepuasan dari produk tersebut.
4. Lokasi (X4) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y) pada produk Teh Pucuk Harum. Artinya, semakin mudah akses lokasi untuk konsumen membeli produk, maka semakin besar juga konsumen merasakan kepuasan dari produk tersebut.

5. Promosi (X5) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen pada produk Teh Pucuk Harum. Artinya, semakin efektif promosi yang dilakukan untuk Teh Pucuk Harum, semakin besar juga konsumen merasakan kepuasan dari produk tersebut.

B. SARAN

Berdasarkan hasil analisis dan kesimpulan yang telah diambil, berikut beberapa saran yang diajukan:

1. Bagi perusahaan Teh Pucuk Harum
 - a. Berdasarkan penelitian dari variabel Harga terhadap Kepuasan Konsumen pada produk Teh Pucuk Harum, penting bagi Perusahaan untuk menetapkan harga yang kompetitif dan sesuai dengan nilai tambah yang ditawarkan oleh produk. PT Mayora perlu melakukan analisis pasar yang mendalam untuk memahami sensitivitas harga konsumen di berbagai segmen pasar. Selain itu, strategi penetapan harga yang fleksibel dan terjangkau dapat dipertimbangkan, termasuk penawaran paket finansial yang menarik dan program diskon yang sesuai dengan kebutuhan konsumen. Penting juga untuk menjaga transparansi dalam komunikasi harga dan memberikan jaminan kualitas serta layanan purna jual yang memuaskan untuk membangun kepercayaan konsumen.
 - b. Berdasarkan penelitian dari variabel Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen pada produk Teh Pucuk Harum, untuk meningkatkan kepuasan konsumen, disarankan PT Mayora untuk

terus meningkatkan dan mempertahankan standar kualitas produk mereka. Dengan memastikan bahwa setiap produk memenuhi atau bahkan melebihi harapan konsumen dalam hal keandalan, performa, dan fitur-fitur inovatif, Teh Pucuk Harum dapat memperkuat posisinya di pasar. Investasi dalam riset dan pengembangan serta mempertahankan kontrol kualitas yang ketat akan membantu membangun reputasi yang kuat di mata konsumen sebagai produk yang dapat diandalkan. Dan berkualitas tinggi.

- c. Berdasarkan penelitian dari variabel Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada produk Teh Pucuk Harum, dalam hal ini produsen Teh Pucuk Harum disarankan untuk lebih ditingkatkan lagi dalam segala hal, khususnya tentang pelayanan, keluhan konsumen yang harus segera ditanggapi, penampilan dan sikap juga masuk dalam kualitas pelayanan yang harus diperhatikan. Kualitas pelayanan yang baik sangat tinggi untuk mempengaruhi kepuasan konsumen.
- d. Berdasarkan penelitian dari variabel Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen pada produk Teh Pucuk Harum, dalam hal ini pemilihan lokasi sangat penting bagi produsen untuk memasarkan produk tersebut, karena produsen harus dapat melihat nilai-nilai positif saat memilih lokasi penjualan, seperti lokasi yang strategis yaitu lokasi yang dekat dengan aktivitas masyarakat, pemilihan lokasi harus

memiliki lahan yang luas, terdapat lahan parkir, lokasinya terjangkau oleh kendaraan roda 2 maupun roda 4.

- e. Berdasarkan penelitian dari variabel Promosi terhadap Kepuasan Konsumen pada produk Teh Pucuk Harum, untuk meningkatkan kepuasan konsumen, Perusahaan perlu menggunakan strategi promosi yang efektif dan terarah. Pertama, perlu ditingkatkan promosi yang mengedepankan keunggulan produk, seperti fitur inovatif, keandalan dan desain yang menarik. Kedua, memanfaatkan media digital dan media social untuk menciptakan konten yang menarik dan relevan dengan gaya hidup target pasar, serta mengaktifkan kemitraan dengan influencer dan komunitas yang memiliki pengaruh di kalangan konsumen potensial. Ketiga, penawaran promosi yang menarik seperti diskon khusus, paket finansial yang fleksibel, atau program loyalty dapat mendorong konsumen untuk memilih Teh Pucuk Harum.

2. Bagi peneliti selanjutnya

Penulis menyarankan agar bisa menambahkan variabel yang mempengaruhi Kepuasan Konsumen selain variabel Harga, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Lokasi dan Promosi. Karena terdapat banyak faktor lain yang dapat mempengaruhi Kepuasan Konsumen selain dari lima faktor yang telah dijelaskan sebelumnya, perlu dipertimbangkan agar dapat memberikan dampak yang lebih signifikan.

C. KETERBATASAN PENELITIAN

Penelitian ini hanya meneliti pengaruh Harga, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Lokasi dan Promosi. Sedangkan masih banyak faktor lain yang dapat mempengaruhi Kepuasan Konsumen.