

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Mengacu pada analisis data yang telah dipaparkan, diperoleh kesimpulan beberapa poin mendasar sebagaimana meliputi:

1. Produk secara signifikan mempengaruhi kepuasan pelanggan, dengan signifikan masing-masing sekitar 0,038. Ini menandakan bahwa peningkatan dalam kualitas produk yang bersaing dapat meningkatkan tingkat kepuasan pelanggan.
2. Harga secara signifikan mempengaruhi kepuasan pelanggan, dengan signifikan masing-masing sekitar 0,002. Menandakan bahwa peningkatan dalam harga ini dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan.
3. Saluran Distribusi secara signifikan mempengaruhi kepuasan pelanggan, dengan signifikan masing-masing sekitar 0,406. Ini menandakan bahwa peningkatan dalam saluran distribusi dapat meningkatkan tingkat kepuasan pelanggan.
4. Promosi secara signifikan mempengaruhi kepuasan pelanggan, dengan signifikan masing-masing sekitar 0,419. Ini menandakan bahwa peningkatan dalam promosi tidak dapat meningkatkan tingkat kepuasan pelanggan.
5. Kualitas produk memiliki korelasi positif yang signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen. Temuan ini menguatkan pentingnya strategi produk yang unggul dalam mempengaruhi perilaku konsumen.
6. Harga berperan sebagai faktor determinan utama dalam keputusan pembelian konsumen. Data empiris membuktikan bahwasanya penetapan harga yang kompetitif secara langsung berdampak pada volume penjualan.
7. Saluran distribusi yang efektif berkontribusi secara signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen. Hasil analisis membuktikan bahwasanya aksesibilitas produk melalui saluran distribusi yang tepat ialah faktor kunci dalam meningkatkan pangsa pasar.
8. Promosi, dalam konteks penelitian, tidak membuktikan pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen. Temuan ini mengungkapkan bahwasanya strategi pemasaran tidak dapat hanya bergantung pada promosi semata, melainkan harus diintegrasikan dengan faktor-faktor pemasaran lainnya.

9. Kepuasan pelanggan juga memengaruhi keputusan pembelian secara signifikan. Ini membuktikan bahwasanya upaya untuk meningkatkan kepuasan pelanggan dapat berdampak positif pada keputusan pembelian di masa depan.

## **B. SARAN**

Berlandaskan temuan penelitian yang telah diuraikan sebelumnya, peneliti mengajukan beberapa rekomendasi sebagaimana meliputi:

1. Tunas Subur Sejahtera disarankan untuk secara konsisten mempertahankan kualitas produk dan melakukan penyesuaian terhadap tren pasar guna memenuhi ekspektasi pelanggan yang dinamis. Selain itu, penetapan harga yang kompetitif dan relevan dengan nilai produk menjadi kunci untuk menjaga daya saing di pasar yang semakin kompetitif.
2. Walaupun hasil penelitian membuktikan bahwasanya saluran distribusi dan promosi tidak memiliki pengaruh langsung terhadap kepuasan pelanggan, optimalisasi kedua variabel dimaksud tetap mendasar untuk mendukung upaya peningkatan volume penjualan dan membangun loyalitas pelanggan jangka panjang.
3. Fokus utama Tunas Subur Sejahtera ke depannya ialah meningkatkan kepuasan pelanggan melalui optimalisasi strategi pemasaran.
4. Peningkatan kualitas produk dan penyesuaian harga menjadi prioritas utama untuk mendorong peningkatan permintaan pasar.