

V. SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan, maka penelitian ini dapat disimpulkan sebagai berikut:

- 1) Produk, harga, tempat, dan promosi memiliki hubungan yang positif dengan kepuasan konsumen, namun tidak semuanya memiliki pengaruh yang signifikan. Variabel produk dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan, sedangkan variabel tempat dan promosi tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen kecap cap Jeruk Pecel Tulen.
- 2) Kepuasan konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen. Kepuasan konsumen kecap cap Jeruk Pecel Tulen dipengaruhi oleh beberapa indikator yang paling utama yaitu kualitas dan rasa kecap.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis dan pembahasan, maka didapatkan hal-hal yang dapat dijadikan saran dan rekomendasi yang diperlukan perusahaan untuk pengembangan kedepannya yaitu:

- 1) Kecap cap Jeruk Pecel Tulen harus tetap mempertahankan kualitas produk yang sesuai dengan harga yang ditentukan. Konsumen lebih menyukai produk apabila harga sebanding dengan kualitas dan bahkan lebih murah daripada produk kompetitor. Harga yang tidak sebanding dengan kualitas tidak mampu membuat konsumen merasa puas, sehingga ketika kepuasan konsumen tidak terbentuk, maka loyalitas juga tidak dapat tercapai.

- 2) Kecap cap Jeruk Pecel Tulen perlu mencoba melakukan pemerataan variasi ukuran kecap di berbagai saluran distribusi. Ukuran botol kecil perlu juga disediakan pada *retailer* (tempat perbelanjaan) agar konsumen mempunyai banyak pilihan untuk membeli, serta keberagaman produk yang disediakan dapat menambah peluang meningkatnya penjualan suatu produk dan menambah konsumen baru.
- 3) Kecap cap Jeruk Pecel Tulen sebaiknya memanfaatkan pemasaran digital melalui promosi *marketplace* dan media sosial Instagram untuk meningkatkan visibilitas dan mencapai audiens yang lebih luas. Dengan *marketplace*, perusahaan dapat mencapai konsumen *online* yang mencari produk melalui platform tersebut, seangkan Instagram memungkinkan kreasi konten visual yang menarik untuk membangun kesadaran merek dan interaksi dengan pelanggan. Kombinasi keduanya akan membantu perusahaan memperluas pangsa pasar, meningkatkan penjualan, dan memperkuat hubungan dengan pelanggan, sambil mengikuti tren digital yang semakin dominan dalam perilaku konsumen saat ini.
- 4) Saran untuk peneliti selanjutnya, dapat mengukur kepuasan dan loyalitas konsumen menggunakan variabel selain bauran pemasaran, dimana hal ini menjadi batasan dalam penelitian ini. Sehingga penelitian yang dilakukan diharapkan dapat membantu perusahaan dalam mengembangkan strategi pemasaran yang lebih efektif yang disesuaikan dengan kebutuhan dan preferensi audiens targetnya yang pada akhirnya dapat memperkuat hubungan dengan konsumen, meningkatkan loyalitas konsumen, dan mendorong pertumbuhan bisnis.