

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh yang baik dan substansial terhadap penelitian yang berjudul berdasarkan pembingkaiian masalah, hipotesis, dan temuan penelitian “Pengaruh Inovasi Produk, Promosi, dan Hargaterhadap Kepuasan Pelanggan Abqkebab Surabaya”. Kesimpulan berikut dapat diambil berdasarkan data yang telah dikumpulkan dan pengujian yang telah dilakukan dengan menggunakan teknik regresi linier berganda berikut:

1. Berdasarkan perhitungan Koefisien Determinasi (R^2) di peroleh nilai Adjusted R Square sebesar 0.832. Hal ini menunjukkan bahwa secara bersama-sama variabel Inovasi Produk, Promosi dan Harga memberikan pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan yaitu sebesar 83,2%. Sedangkan sisanya sebesar 16,8% adalah dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak di teliti dalam penelitian ini
2. Dari hasil pengujian hipotesis penelitian terdapat pengaruh positif dan signifikan secara parsial antara Inovasi Produk artinya semakin sering Abqkebab melakukan inovasi terhadap produknya maka akan semakin banyak konsumen yang merasa puas terhadap Abqkebab . Nilai uji t hitung yang diperoleh sebesar 8,882, dimana $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($8,882 > 1,657$) dengan tingkat signifikan ($0,00 < 0,05$), menunjukkan bahwa hipotesis diterima. Hal ini didukung oleh nilai pada temuan uji T. Hal ini menunjukkan bagaimana Inovasi Produk secara signifikan dan positif

mempengaruhi Kepuasan Pelanggan. Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa hipotesis H1, yang menyatakan “Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan” diterima berdasarkan asumsi hipotesis sebelumnya.

3. Hasil uji F dan uji parsial (uji t) menunjukkan bahwa variabel promosi di Abqkebab Surabaya secara signifikan dan positif berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Hal ini karena hasil uji diperoleh nilai t hitung sebesar $5.536 > t$ tabel sebesar 1.657 dengan tingkat signifikansi ($0,00 < 0,05$), maka dapat disimpulkan bahwa Promosi secara parsial berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan yang membuktikan bahwa Promosi menjadi pertimbangan terhadap Kepuasan Pelanggan
4. Dari penelitian tersebut diketahui bahwa pelanggan Abqkebab dipengaruhi oleh tiga faktor: harga, promosi, dan inovasi produk baru.
5. Adapun variabel yang memiliki pengaruh yang paling dominan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Abqkebab adalah dipengaruhi oleh Harga. Hal ini berdasarkan hasil perhitungan regresi linear berganda, dimana diperoleh nilai B (Beta) sebesar 0.580.

5.2 Saran

Penulis menyadari bahwa masih terdapat banyak kekurangan dan keterbatasan dalam penelitian ini, yang didasarkan pada temuan-temuan penelitian sebelumnya. Namun demikian, diharapkan penelitian ini dapat memberikan sesuatu yang bermanfaat.

1. Bagi Perusahaan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan dapat dilihat bahwa dalam inovasi produk Abqkebab lebih di maksimalkan kembali, seperti terus mengeluarkan produk baru setiap tiga bulan sekali ataupun lebih sehingga konsumen akan terus merasa puas terhadap produk Abqkebab, dan dalam promosinya diharapkan terus melakukan promosi secara berkala melalui iklan di sosial media ataupun menjadi sponsor di beberapa acara, karena dengan hal tersebut dapat membuat calon pelanggan merasa tertarik dan penasaran dengan produk yang ditawarkan.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Disarankan agar para peneliti dan pembaca memperluas cakupannya dengan mempertimbangkan faktor-faktor lain yang berdampak pada kebahagiaan konsumen, seperti kualitas produk, lokasi bisnis, kualitas layanan, dan lain-lain. Hal ini juga dimaksudkan agar dapat menjadi sumber data dan referensi bagi akademisi di masa depan yang melakukan penelitian berdasarkan data yang lebih komprehensif dan luas.