

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Kesimpulan dari penelitian ini adalah :

1. Berdasarkan hasil analisis, seluruh variabel 4P (Kualitas produk, harga, promosi, serta lokasi) terbukti memiliki pengaruh yang tidak signifikan terhadap keputusan pembelian dan kepuasan pelanggan.
2. Persamaan model hubungan antara variabel bebas dan variabel terikatnya yaitu kepuasan pelanggan = $6,913 X_1 + 8.489 X_2 + 10.006 X_3 + 6.942 X_4$.
3. Nilai *R Square* yang terdapat pada keputusan pembelian diperoleh sebesar 0, 848. Sedangkan, kepuasan pelanggan diperoleh sebesar 0, 936 yang berarti variabel kualitas produk, harga, promosi dan lokasi menjelaskan variabel keputusan pembelian sebesar 84,8 % dan kepuasan pelanggan sebesar 93,6 %. Nilai yang didapatkan keputusan pembelian dan kepuasan pelanggan lebih dari 0, 67 hal ini mengindikasikan bahwa keputusan pembelian bersifat model kuat.
4. Nilai *Q Square* yang diperoleh keputusan pembelian lebih dari 0 yaitu 0,564. Sedangkan, kepuasan pelanggan juga lebih dari 0 yaitu 0,643. Hal ini berarti kedua model penelitian memiliki prediksi yang relevan.

5.2 Saran

Saran penelitian ini adalah :

1. Pihak UMKM Kome Kitchen harus mempertahankan serta meningkatkan kepuasan pelanggan.
2. Hasil penelitian ini dapat digunakan oleh UMKM Kome Kitchen sebagai masukan terhadap apa yang telah dikonsumsi oleh pelanggan.
3. Untuk penelitian selanjutnya dapat menambah pengembangan keterampilan usaha supaya konsumen dapat menentukan keputusan pembelian agar meningkatnya kepuasan pelanggan UMKM Kome Kitchen.