

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Product Quality* (X1), *Brand Image* (X2), dan *Content Marketing* (X3) terhadap Kepuasan Konsumen (Y) (Studi Pada Roti Mox di Surabaya). Berdasarkan hasil penelitian dan analisis yang telah dilakukan pada bab sebelumnya, maka diperoleh kesimpulan bahwa:

1. Berdasarkan hipotesis 1, secara simultan variabel *Product Quality* (X1), *Brand Image* (X2), dan *Content Marketing* (X3) berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen (Y) produk Roti Mox di Surabaya.
2. Berdasarkan hipotesis 2, secara parsial *Product Quality* (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y) produk Roti Mox di Surabaya.
3. Berdasarkan hipotesis 3, secara parsial *Brand Image* (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y) produk Roti Mox di Surabaya.
4. Berdasarkan hipotesis 4, secara parsial *Content Marketing* (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y) produk Roti Mox di Surabaya.

5.2. Saran

Berdasarkan hasil data dan kesimpulan yang didapat, adapun saran yang bisa diberikan oleh penulis adalah sebagai berikut:

1. Bagi Perusahaan

Agar tetap mempertahankan kepuasan konsumen yang sudah baik, Roti Mox disarankan untuk terus meningkatkan kualitas produknya secara konsisten. Selain itu, perusahaan harus memperkuat citra mereknya dengan berbagai strategi komunikasi dan branding yang efektif, termasuk menonjolkan keunikan merek dan meningkatkan interaksi dengan konsumen di berbagai platform digital.

Meningkatkan dan menyempurnakan content marketing juga merupakan hal yang penting untuk menarik minat dan membangun ikatan emosional dengan konsumen. Dengan demikian, Roti Mox mampu memperkuat loyalitas pelanggan serta meningkatkan daya saing di pasar bakery yang semakin ketat. Disarankan agar perusahaan secara berkala meninjau kembali strategi pemasaran mereka agar tetap relevan dengan kebutuhan dan preferensi konsumen yang terus berkembang.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Peneliti selanjutnya disarankan untuk menambah variabel penelitian dengan mempertimbangkan faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen, seperti layanan pelanggan, harga, dan inovasi produk.

Selain itu, penelitian lanjutan bisa menggunakan pendekatan kualitatif atau metode campuran guna memahami secara lebih mendalam perilaku dan pilihan konsumen.

Selain itu, peneliti dapat memperluas lokasi penelitian agar hasilnya lebih luas dan dapat diterapkan pada cabang Roti Mox yang lain atau bisnis bakery serupa di daerah berbeda. Dengan memperbesar ukuran sampel dan menerapkan teknik analisis statistik yang lebih rumit, validitas dan reliabilitas hasil penelitian dapat ditingkatkan.