

V. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan permasalahan yang telah dirumuskan pada BAB 1, didapatkan hasil analisis SEM PLS dan pengujian hipotesis yang telah dilakukan pada bab sebelumnya, maka penelitian ini dapat diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa semakin tinggi kualitas produk sayur dan buah yang ditawarkan oleh Lotte Grosir Waru Sidoarjo, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan pelanggan. Hal ini ditunjukkan melalui nilai koefisien jalur sebesar 0,476 dengan nilai signifikansi sebesar 0,006 ($p < 0,05$), yang berarti bahwa kualitas produk menjadi salah satu faktor penting dalam menentukan kepuasan pelanggan.
2. Penelitian ini juga menemukan bahwa harga memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan, ditunjukkan dengan koefisien jalur sebesar 0,383 dan nilai signifikansi sebesar 0,017 ($p < 0,05$). Hal ini mengindikasikan bahwa harga yang terjangkau, sesuai kualitas, dan kompetitif dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dalam berbelanja sayur dan buah di Lotte Grosir.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, dapat dikemukakan beberapa saran yang diharapkan dapat bermanfaat bagi Lotte Grosir Waru Sidoarjo maupun bagi pihak-pihak lain. Adapun saran yang diberikan, antara lain:

1. Di harapkan pihak Lotte Grosir Waru Sidoarjo perlu menjaga dan meningkatkan kualitas produk sayur dan buah dari aspek kesegaran,

kebersihan, dan kemasan agar tetap sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Manajemen diharapkan menjalin kerja sama yang ketat dengan pemasok agar standar mutu produk terjaga secara konsisten. Penetapan harga sebaiknya memperhatikan kondisi pasar dan daya beli masyarakat sekitar. Harga yang terlalu tinggi akan menurunkan daya tarik pelanggan, sedangkan harga yang terlalu rendah berisiko menurunkan margin keuntungan. Penyesuaian harga yang wajar akan meningkatkan persepsi nilai oleh konsumen.

2. Mengingat variabel bebas dalam penelitian ini merupakan hal yang sangat penting dalam mempengaruhi Kepuasan Pelanggan diharapkan hasil penelitian ini dapat dipakai sebagai acuan bagi peneliti selanjutnya untuk mengembangkan penelitian ini dengan mempertimbangkan variabel-variabel lain seperti Promosi yang merupakan variabel lain diluar variabel yang sudah masuk dalam penelitian ini.