

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian serta pembahasan bab sebelumnya mengenai apakah ada pengaruh kualitas produk Persepsi Harga Promosi di Mie Gacoan Tebet. Berikut hasil pengujian hipotesis yang telah dilakukan dalam penelitian ini:

1. Berdasarkan hasil penelitian kualitas produk berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kinerja kepuasan konsumen. Kualitas produk akan berhubungan dengan kemampuan produk untuk menjalankan fungsinya sesuai dengan harapan konsumen. Supaya mampu bersaing, pemasar harus selalu meningkatkan kualitas produknya, agar konsumen tetap loyal terhadap merek produk yg di tawarkan oleh pemasar seperti halnya mie gacoan.
2. Berdasarkan hasil penelitian Persepsi harga berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kinerja kepuasan konsumen. Seseorang yang ingin memenuhi kebutuhan dan keinginannya akan mengeluarkan berapapun sejumlah uang tertentu sebagai pengganti untuk mendapatkan barang atau jasa yang dibutuhkan dan diinginkan tersebut. Jadi untuk mendapatkan barang atau jasa yang dibutuhkan dan diinginkan, seseorang perlu mengorbankan sejumlah uangnya, seperti halnya pelanggan mie gacoan akan terus membeli karena mie gacoan harganya murah.
3. Berdasarkan hasil penelitian promosi berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kinerja kepuasan konsumen. Promosi merupakan cara bagaimana memperkenalkan produk kepada pelanggan dan calon pelanggan melalui periklanan, penjualan perorangan, promosi penjualan dan pemasaran langsung. Dengan dilakukan promosi, produk akan dikenal oleh pelanggan dan diharapkan pelanggan tertarik untuk membeli mie gacoan.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian Kualitas Produk, Harga, Promosi secara bersama-sama berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kinerja kepuasan konsumen

Berdasarkan kesimpulan di atas maka peneliti dapat memberikan saran sebagai berikut:

1. Kualitas Produk

Pada hasil mean variabel kualitas produk menyatakan bahwa skor paling besar di pertanyaan nomor 4, dimana hal itu berdasarkan rasa pada mie gacoan yang membuat konsumen banyak berdatangan untuk membeli mie gacoan dan penjual menjadi meningkat. Cita rasa pada mie membuat pelanggan balik lagi untuk membeli, maka dari itu kualitas memasak chef di mie gacoan harus di pertahankan atau bahkan ditingkatkan agar tidak mengecewakan pembeli.

2. Persepsi Harga

Pada variabel persepsi harga menyatakan bahwa skor paling besar di pertanyaan nomor 4, dimana hal itu berdasarkan harga pada mie gacoan relatif murah yang membuat konsumen banyak berdatangan untuk membeli mie gacoan dan penjualan menjadi meningkat. Harga yang relatif lebih murah dan terjangkau membuat mie gacoan kerap antri dan ramai pengunjung, terutama di jam istirahat kerja dan hari libur. Maka penjualan mie gacoan akan semakin meningkat dengan murah nya harga tersebut.

3. Promosi

Pada variabel promosi menyatakan bahwa skor paling besar di pertanyaan nomor 2, dimana hal itu berdasarkan promosi yg ditawarkan menarik pada mie gacoan yang membuat konsumen banyak berdatangan untuk membeli mie gacoan dan penjual menjadi meningkat. Dimana mie gacoan menyediakan paket mie dan minum untuk beberapa orang dengan harga terjangkau dan lebih murah dibanding membeli satuan, justru dengan adanya promosi paket bundling mie gacoan akan semakin ramai pembeli dan peminat nya pecinta mie.

