

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Dari hasil penelitian didapatkan kesimpulan sebagai berikut:

1. Dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa yang paling mempengaruhi motivasi konsumen dalam mengkonsumsi produk formosa snack adalah motivasi dengan indikator rasa aman dengan perolehan “sangat setuju” sebanyak 48 dengan pernyataan: karena memiliki label sertifikasi halal dalamemasannya.

2. Tingkat kepuasan konsumen setelah membeli produk jajanan Formosa snack

- 1) Tingkat kepuasan konsumen berdasarkan kesesuaian harga

Dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwasannya konsumen Formosa snack merasa puas dengan harga yang terjangkau untuk kualitas yang diberikan. Harga yang terjangkau dengan nilai yang sesuai menjadi salah satu hal yang penting dalam meningkatkan kepuasan pelanggan.

- 2) Tingkat kepuasan konsumen berdasarkan niat berkunjung kembali

Dari 80 responden kebanyakan responden memberikan jawaban setuju dan sangat setuju dengan perolehan skor: pernyataan satu dengan skor 345, pernyataan dua dengan skor 342 dan pernyataan 3 dengan perolehan skor 345. Dari hasil pernyataan responden diatas dapat disimpulkan bahwa konsumen merasa puas karena dipengaruhi oleh harga dan kualitas yang diberikan.

- 3) Tingkat kepuasan konsumen berdasarkan kesediaan rekomendasi

Dari 80 responden kebanyakan responden menjawab setuju dan sangat setuju dengan perolehan skor: pernyataan satu 332, pernyataan dua 333, pernyataan tiga diperoleh skor 357. Berdasarkan hasil jawaban responden diatas dapat disimpulkan bahwa responden merekomendasikan produk jajanan Formosa snack dikarenakan rasanya yang enak, peran layanan terhadap pelanggan dan kualitas produk yang diberikan.

3. Hasil uji hipotesis

Berdasarkan hasil uji hipotesis pada penelitian dari ke tiga hipotesis motivasi konsumen, kepuasan konsumen, iklan dan keputusan pembelian di terima. Hasil hipotesis dapat di simpulkan bahwa:

- 1) Pada hipotesis pertama, disebutkan bahwa variabel motivasi konsumen memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk jajanan Formosa Snack, dengan hasil t-statistik dan p-value yang sudah memenuhi kriteria signifikansi, **H1 diterima**.
- 2) Pada hipotesis ke dua disebutkan bahwa variabel kepuasan konsumen memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk jajanan Formosa snack, dengan nilai t-statistik dan p-value yang sudah memenuhi kriteria signifikansi, **H1 diterima**.
- 3) Pada hipotesis ke tiga disebutkan bahwa variabel iklan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk jajanan Formosa snack, dengan nilai t-statistik dan p-value yang sudah memenuhi kriteria signifikansi, **H1 diterima**.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diperoleh, penulis mencoba memberikan saran atau masukan yang diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan para pemilik usaha untuk memperhatikan perkembangan usahanya dan selalu mempertahankan rasa, layanan pelanggan dan kualitas produk yang diberikan.

1. Mempertahankan Rasa

Pemilik usaha Formosa snack harus selalu memperhatikan semua bahan baku dan proses produksi mengikuti standar yang telah ditetapkan, gunakan supplier bahan baku terpercaya untuk mempertahankan kualitas rasa, dan tambahkan varian rasa baru secara berkala, namun tetap berakar pada cita rasa khas Formosa snack.

2. Meningkatkan dan Mempertahankan Layanan Pelanggan

Pelayanan yang optimal dapat dijadikan sebagai salah satu strategi perusahaan untuk meningkatkan dan mempertahankan pelanggan. Hal ini diharapkan mampu memenuhi harapan pelanggan, sehingga menciptakan kepuasan dan loyalitas, terutama dalam menangani pelanggan yang sedang mengajukan keluhan. Untuk membangun hubungan yang kuat dengan pelanggan, diperlukan keterbukaan dan

komunikasi yang baik, baik terkait hal positif maupun keluhan. Sebuah sistem manajemen keluhan yang dirancang dengan tepat dan efektif akan membantu perusahaan dalam memaksimalkan loyalitas pelanggan secara optimal. Beberapa media yang dapat digunakan oleh pemilik usaha Formosa snack seperti kotak kritik dan saran, blanko keluhan pelanggan atau *customor service*.

3. Saran bagi peneliti selanjutnya agar dapat mengembangkan penelitian ini dengan menambahkan variabel-variabel baru agar dapat menjadi masukan untuk produk yang diteliti.