

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1. Kesimpulan

1. Hasil analisis menunjukkan bahwa Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (nilai probabilitas t_{hitung} (0,000) < *Level of Significant* (0,05)). Hal ini dapat diartikan, jika Promosi meningkat, maka Kepuasan Konsumen mengalami peningkatan.
2. Hasil analisis menunjukkan bahwa Lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (nilai probabilitas t_{hitung} (0,046) < *Level of Significant* (0,05)). Hal ini dapat diartikan, jika Lokasi meningkat, maka Kepuasan Konsumen mengalami peningkatan.
3. Hasil analisis menunjukkan bahwa Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (nilai probabilitas t_{hitung} (0,000) < *Level of Significant* (0,05)). Hal ini dapat diartikan, jika Lokasi meningkat, maka Kepuasan Konsumen mengalami peningkatan.
4. Hasil analisis menunjukkan bahwa Moderasi Lokasi (X_2), Produk (X_3) dengan Harga (Z) mempunyai pengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (nilai probabilitas t_{hitung} < *Level of Significant* (0,05)). Hal ini dapat diartikan, jika Moderasi Lokasi (X_2), dan Produk (X_3) dengan Harga (Z) meningkat, maka Kepuasan Konsumen mengalami peningkatan. Sedangkan Moderasi Promosi (X_1) dengan Harga (Z) tidak mempunyai

pengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (nilai probabilitas $t_{hitung} > Level\ of\ Significant\ (0,05)$).

6.2. Saran

Berkaitan dengan dominanya (dapat dilihat dari nilai koefisien beta terbesar) pengaruh promosi terhadap kepuasan konsumen Choco Moulins Bakery Yogyakarta, maka dapat diberikan saran untuk lebih meningkatkan promosi, dengan cara:

Perlu disarankan kepada Choco Moulins Bakery untuk lebih meningkatkan indikator promosi yang masih belum tinggi (*mean* cukup tinggi) yaitu dengan cara Choco Moulins Bakery lebih meningkatkan atau menggiatkan intensitas (keagresifan) promosi langsung (*direct marketing*) produk Choco Moulins Bakery Yogyakarta menjadi sangat tinggi. Promosi langsung (*direct marketing*) dapat juga dilakukan dengan penawaran *door to door* ke lokasi pembeli yang potensial, misalnya mahasiswa, keluarga, dll. Dengan demikian, maka kepuasan konsumen Choco Moulins Bakery Yogyakarta akan lebih meningkat lagi.