BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Dari hasil penelitian dan pembahasan yang sesuai tujuan hipotesis dengan menggunakan regresi linier berganda, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Dalam menguji secara simultan menggunakan uji F menunjukkan adanya pengaruh antara keempat variabel bebas (periklanan, promosi penjualan, penjualan pribadi, dan publisitas) terhadap variabel terikat (kepuasan konsumen) pada Pusat Home Industri Oleh-Oleh Ledre Super Moro Trisno Bojonegoro terbukti dengan nilai F_{hitung} (15,023) >F_{tabel} (2,46), maka Ho ditolak, artinya ada pengaruh antara bauran promosi terhadap kepuasan konsumen. Hal ini karena bauran promosi ledre super di Pusat Home Industri Oleh-Oleh Ledre Super Moro Trisno Bojonegoro sudah memenuhi keinginan konsumen untuk membeli oleh-oleh.
2. Dalam menguji secara parsial menggunakan uji t menunjukkan bahwa tidak semua variabel independent berpengaruh signifikan terhadap variabel dependent. Dari penelitian ini didapatkan hasil bahwa hanya publisitas saja yang memiliki pengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan konsumen di pusat home industry oleh-oleh Ledre super Moro trisno. Hal ini dapat dilihat pada hasil uji t, hanya variabel publisitas yang t hitungnya lebih besar dari t table yaitu 4,152>1,66039 sedangkan untuk variabel

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

periklanan, promosi penjualan, dan pemasaran langsung t hitung lebih kecil dari t tabel yaitu periklanan 1,526<1,66039, promosi penjualan 0,321<1,66039 dan penjualan pribadi 1,239<1,66039.

3. Dari penelitian ini didapatkan persamaan regresi sebagai berikut,

   $Y = 6{,}443 + 0{,}162X_1 + 0{,}061X_2 + 0{,}338X_3 + 0{,}918X_4$. Dari persamaan regresi tersebut dapat dilihat dari variabel publisitas memiliki nilai koefisien lebih tinggi dari pada variabel periklanan, promosi penjualan, dan penjualan personal. Dan pembuktian dengan uji t juga menyebutkan bahwa variabel publisitas memiliki pengaruh yang signifikan secara parsial terhaap kepuasan konsumen jika dibandingkan dengan variabel yang lain. Dari dua jalan ini dapat disimpulkan bahwa variabel publisitas yang paling dominan mempengaruhi kepuasan konsumen dipusat home industry oleh-oleh Ledre Super Moro Trisno Bojonegoro.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah ditetapkan dapat diberikan beberapa saran sebagai berikut :

1. Pihak perusahaan Pusat Home Industri Oleh-Oleh Ledre Super Mpro Trisno Bojonegoro harus bisa meningkatkan dan lebih meningkatkan periklanan yang sudah ada di pusat Home Industri Oleh-oleh Ledre Super Moro Trisno Bojonegoro
2. Pihak perusahaan hendaknya lebih meningkatkan promosi penjualannya untuk produk ledre agar para konsumen merasa puas terhadap produk Ledre Super Moro Trisno.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

3. Pihak perusahaan hendaknya lebih meningkatkan kegiatan penjualan pribadi untuk tetap menarik minat konsumen agar konsumen merasa puas dengan produk Ledre Super di Pusat Home Industri Oleh-Oleh Ledre Super Moro Trisno Bojonegoro.
4. Pihak perusahaan hendaknya tetap mempertahan publisitas yang telah di lakukan dan akan lebih baik jika di kembangkan dalam menjadi sponsor dan donatur-donatur.

C. Keterbatasan Penelitian

Tidak bisa dipungkiri, peneliti merasa ada hal-hal yang kurang terkait dari proses total penelitian skripsinya. Kekurangan tersebut adalah penggunaan waktu penelitian yang tidak optimal sehingga mengakibatkan penentuan segala hal dalam penelitian menjadi kurang matang. Kesalahan tersebut hendaknya tidak diulang di kemudian hari oleh peneliti selanjutnya. Selain itu, penelitian ini dianggap oleh peneliti sebagai penelitian yang kurang fokus, sehingga diharapkan kepada penelitian selanjutnya untuk lebih fokus.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id