

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Bab ini akan membahas antara lain mengenai kesimpulan hipotesis dan kesimpulan masalah penelitian yang telah diuraikan pada bab sebelumnya, implikasi teoritis dan implikasi manajerial, dilanjutkan dengan keterbatasan penelitian dan agenda penelitian untuk penelitian yang akan datang.

Berdasarkan studi pustaka, ada 3 hipotesis yang dianalisis menggunakan alat analisis SPSS (*Statistical Package for Social Science*) versi 20 seperti yang telah dibahas dalam bab sebelumnya. Dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kualitas produk terhadap kepuasan konsumen. Nilai koefisien regresi sebesar 0,266. Hal ini dapat diinterpretasikan bahwa variabel kualitas produk mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan atau semakin besar kualitas produk maka semakin meningkatkan kepuasan konsumen. Dari hasil analisis linear berganda nilai konstanta (a) 19,535 yang artinya nilai kepuasan konsumen (Y) sebesar 19,535. Dengan demikian hipotesis 1 yang menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen dapat diterima.
2. Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara inovasi produk terhadap kepuasan konsumen. Nilai koefisien regresi sebesar 0,280. Hal ini dapat diinterpretasikan bahwa variabel inovasi produk mempunyai pengaruh

yang positif dan signifikan atau semakin besar inovasi produk maka semakin meningkatkan kepuasan konsumen. Dari hasil analisis linear berganda nilai konstanta (a) 19,535 yang artinya nilai kepuasan konsumen (Y) sebesar 19,535. Dengan demikian hipotesis 2 yang menyatakan bahwa inovasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen dapat diterima.

3. Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kualitas produk dan inovasi produk terhadap kepuasan konsumen. Hal ini dapat diinterpretasikan bahwa variabel kualitas produk dan inovasi produk mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan atau semakin besar kualitas produk dan inovasi produk maka semakin meningkatkan kepuasan konsumen dan dari hasil penelitian diketahui analisis koefisien determinasi yang digunakan untuk mengetahui prosentase sumbangan pengaruh variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Prosentase pengaruh variabel kualitas produk dan inovasi produk secara bersama-sama terhadap kepuasan konsumen diperoleh nilai *Adjusted R square* sebesar 0,259 atau 25,9%. hal ini menunjukkan bahwa prosentase sumbangan pengaruh variabel bebas yaitu kualitas produk dan inovasi produk secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan konsumen sebesar 25,9% sedangkan sisanya 74,1% dipengaruhi variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini. Dengan demikian hipotesis 1 dan 2 yang menyatakan bahwa kualitas produk dan inovasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen dapat diterima.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan maka dapat dikemukakan beberapa saran yang kiranya dapat dijadikan pertimbangan di masa yang akan datang, diantaranya sebagai berikut:

1. Kualitas produk dari Batik Bogor Tradisiku yang sudah baik harus tetap dijaga dan terus ditingkatkan.
2. Batik Bogor Tradisiku diharapkan terus melakukan inovasi produk dalam hal model, desain, dan warna.
3. Batik Bogor Tradisiku wajib terus memperhatikan indicator kepuasan konsumen karena ini merupakan kunci untuk Batik Bogor Tradisiku tetap mampu memenang persaingan dengan produsen batik lain.
4. Penulis membeikan saran agar Batik Bogor Tradisiku menjaga kualitas produk dan inovasi produk yang dimiliki sehingga tetap mampu menjaga konsumen untuk tetap loyal dan setia kepada Batik Bogor Tradisiku.