

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini mengkaji bagaimana kepuasan konsumen saat membeli Durian Bawor dari Gubuk Durian dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk harga, kualitas produk, dan kualitas pelayanan. Berdasarkan tujuan penelitian dan hasil analisis regresi linear berganda, sehingga bisa disimpulkan:

1. Responden penelitian sebagian besar adalah laki-laki yang berada dalam rentang usia produktif, yaitu 20–29, 40–49, dan 50–60 tahun. Mayoritas responden berprofesi sebagai wirausahawan, dengan lulusan SMA sebagai kelompok pendidikan terbesar. Sebagian besar responden telah berkunjung kembali sebanyak empat atau lima kali, dan tingkat pendapatan mereka umumnya berada pada kisaran Rp3.000.000–Rp5.000.000.
2. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tiga faktor harga, kualitas produk, dan kualitas pelayanan memiliki dampak besar terhadap kepuasan konsumen di Gubuk Durian. Berdasarkan koefisien determinasi (R^2), ketiga variabel ini berkontribusi sebesar 77,1% terhadap kepuasan pelanggan; sementara 22,9% lainnya berasal dari faktor di luar model penelitian, seperti kondisi emosional pelanggan, strategi pemasaran yang diterapkan, serta kemudahan dalam mengakses lokasi. Adapun hasil regresi linear berganda menghasilkan nilai koefisien masing-masing sebesar 0,328 pada variabel harga, 0,289 pada kualitas produk, dan 0,309 pada kualitas pelayanan.

5.2 Saran

Mengacu pada rangkian informasi yang telah didapatkan, peneliti berharap bisa memberikan beberapa saran yang dapat membantu Gubuk Durian agar dapat berkembang lebih pesat. Saran-saran ini, meliputi:

1. Gubuk Durian disarankan untuk menjaga kualitas tinggi Durian Bawor, baik dari segi rasa, kesegaran, ukuran buah, dan keseragaman kualitas produk, guna memastikan kepuasan konsumen dan mendorong pembelian berulang.
2. Kualitas pelayanan harus terus ditingkatkan, terutama dalam hal keramahan, kecepatan pelayanan, dan kemampuan penjual dalam memberikan informasi serta membantu konsumen memilih durian yang paling sesuai dengan

kebutuhan mereka.

3. Dalam upaya mengembangkan bisnisnya, Gubuk Durian dapat berinovasi melalui promosi media sosial dan pengembangan produk olahan durian, seperti es durian dan durian frozen, untuk menarik konsumen baru dan meningkatkan daya saingnya.