

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

V.1 Simpulan

Simpulan dari penelitian ini berdasarkan dari analisis dan pembahasan dari data yang berhasil dikumpulkan oleh peneliti adalah sebagai berikut:

- a. Konsumen *Cimory Diary Milk* telah berusia diatas 15 tahun dengan jenis kelamin perempuan atau laki-laki, yang berarti target pasar dari *Cimory* menjangkau gender laki-laki dan perempuan serta usianya sudah lebih dari 15 tahun artinya *Cimory* berhasil menjangkau pasar lintas generasi, karena usia diatas 15 tahun terdapat beberapa generasi.
- b. Digital *marketing* mampu berkontribusi besar dalam peningkatan keputusan pembelian yang dilakukan konsumen *Cimory Diary Milk*, berarti berdasarkan hal tersebut dapat disimpulkan bahwa konsumen *Cimory Diary Milk* dapat melakukan pembelian produk setelah melihat pemasaran secara digital yang dilakukan oleh perusahaan dengan pengaruh dari foto yang menarik, tulisan yang berkualitas, keaktifan postingan, serta kolaborasi yang dilakukan oleh perusahaan. Sehingga hasil dari penelitian ini sesuai dengan hipotesis yang sudah peneliti buat sebelumnya, yakni digital *marketing* berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk *Cimory*.
- c. Kualitas produk dapat memberikan kontribusi dalam peningkatan keputusan pembelian *Cimory Diary Milk*. Berarti dapat disimpulkan bahwa konsumen *Cimory Diary Milk* memperhitungkan kualitas produk yang baik yang meliputi kinerja produk, kesesuaian, keindahan, dan serta ciri khas produk dalam melakukan keputusan pembelian. Sehingga hasil penelitian ini sesuai dengan hipotesis yang peneliti Sudah buat sebelumnya, yakni kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk *Cimory*.
- d. Keputusan pembelian mampu memberikan kontribusinya dalam peningkatan kepuasan pelanggan *Cimory Diary Milk*. Berarti dapat disimpulkan bahwa konsumen *Cimory Diary Milk* akan dapat merasakan

kepuasan setelah melakukan keputusan pembelian dengan pertimbangan keputusan terkait produk, keputusan terkait merek, keputusan terkait bentuk, dan serta keputusan cara pembayarannya. Sehingga hasil dari penelitian ini sudah sesuai dengan hipotesis, yakni keputusan pembelian berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan *Cimory Dairy Milk*.

- e. Kualitas produk mampu memberikan kontribusi secara tak langsung melalui keputusan pembelian terhadap kepuasan pelanggan *Cimory Dairy Milk*. Berarti konsumen dari *Cimory Dairy Milk* dapat merasa puas setelah melakukan keputusan pembelian produk *Cimory* dengan pengaruh kualitas produknya yang baik yang meliputi kinerja produk, kesesuaian, keindahan, dan serta ciri khas produk yang dimediasi oleh keputusan pembelian dengan pertimbangan keputusan terkait produk, keputusan terkait merek, keputusan terkait bentuk, dan serta keputusan cara pembayarannya. Sehingga penelitian ini sudah sesuai dengan hipotesis yang telah dibuat sebelumnya, yakni kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen melalui keputusan pembelian *Cimory Dairy Milk*.

V.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang sudah peneliti buat sebelumnya, maka peneliti dapat memberikan saran sebagai berikut:

- a. Dalam penelitian ini kepuasan pelanggan mendapat nilai terendah pada butir pernyataan “Kebutuhan dan keinginan dapat terpenuhi oleh produk *Cimory Dairy Milk*” walaupun sudah bagus hasil nilai pada butir ini namun diantara pernyataan lain nilai ini terendah sehingga *Cimory* perlu melakukan evaluasi terhadap produknya agar kebutuhan dan keinginan pelanggan dapat terpenuhi secara maksimal sehingga kepuasan pelanggan semakin maksimal. Untuk variabel keputusan pembelian nilai terendah didapat pada indikator keputusan pembayaran, sehingga *Cimory* perlu meningkatkan kinerjanya pada indikator ini sehingga konsumen memiliki pilihan lebih bervariasi dalam pilihan pembayaran ketika bertransaksi. Variabel digital *marketing* memiliki indikator terendah pada kolaborasi

sehingga saran peneliti, Cimory perlu meningkatkan kinerjanya dalam berkolaborasi dengan *brand* atau *influencer* lebih maksimal lagi agar kinerja pemasaran secara digital dapat hasil yang lebih maksimal lagi. Terakhir adalah kualitas produk, dimana nilai terendah didapat pada indicator kinerja dengan pernyataan “Produk susu uht dan yogurt cimory memiliki masa *expired* yang lama” hal ini cukup wajar karena cimory menggunakan *fresh milk* sehingga lebih sehat dan lebih segar karena kemungkinan tak menggunakan pengawet sehingga produk tak memiliki masa *expired* yang Panjang, hal ini perlu dijelaskan kepada konsumen agar mereka lebih memahami dan memaklumi masa *expired* Cimory yang cukup singkat.

- b. Peneliti juga memberikan saran kepada peneliti lainnya yang akan melakukan penelitian analisis kepuasan pelanggan melalui keputusan pembelian agar menambahkan variabel lain seperti sehingga dapat diketahui pengaruh dari variabel lainnya terhadap kepuasan pelanggan. Selain itu peneliti menyarankan agar penelitian selanjutnya dapat menggunakan objek yang berbeda sehingga memberikan keterbaruan dalam penelitian serta inovasi dari penelitian sebelumnya.