

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan mengenai pengaruh motivasi konsumen, kepercayaan konsumen dan sikap konsumen terhadap kepuasan konsumen dengan variabel keputusan pembelian sebagai variabel intervening (Studi kasus pelanggan rumah makan Sapto Renggo Baru Pati) dapat di simpulkan sebagai berikut:

1. Motivasi konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen rumah makan Sapto Renggo Baru Pati. Hal ini dapat dikatakan bahwa motivasi terhadap konsumen yang dilakukan oleh rumah makan Sapto Renggo Baru Pati dapat memberikan pengaruh terhadap keputusan pembelian makanan di rumah makan Sapto Renggo Baru Pati.
2. Kepercayaan konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen rumah makan Sapto Renggo Baru Pati. Hal ini dapat diartikan bahwa kepercayaan konsumen yang ditetapkan oleh rumah makan Sapto Renggo Baru Pati dapat memberikan pengaruh terhadap keputusan pembelian makanan di rumah makan Sapto Renggo Baru Pati.
3. Sikap konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen rumah makan Sapto Renggo Baru Pati. Hal ini dapat diartikan bahwa sikap konsumen dapat memberikan pengaruh terhadap keputusan pembelian makanan di rumah makan Sapto Renggo Baru Pati.
4. Motivasi konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen rumah makan Sapto Renggo Baru Pati. Hal ini dapat

diartikan

5. bahwa motivasi konsumen dapat memberikan pengaruh terhadap kepuasan konsumen rumah makan Sapto Renggo Baru Pati.
6. Kepercayaan konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen rumah makan Sapto Renggo Baru Pati. Hal ini menunjukkan bahwa kepercayaan konsumen memberikan pengaruh terhadap kepuasan konsumen rumah makan Sapto Renggo Baru Pati.
7. Sikap Konsumen berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen pada rumah makan Sapto Renggo Baru Pati. Hal ini menunjukkan bahwa sikap konsumen yang ditetapkan oleh rumah makan Sapto Renggo Baru Pati belum mampu memberikan pengaruh terhadap kepuasan konsumen di rumah makan Sapto Renggo Baru Pati.
8. Keputusan pembelian berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada rumah makan Sapto Renggo Baru Pati. Hal ini menunjukkan bahwa keputusan pembelian memberikan pengaruh terhadap kepuasan konsumen di rumah makan Sapto Renggo Baru Pati.
9. Keputusan pembelian tidak memediasi pengaruh motivasi konsumen terhadap kepuasan konsumen. Artinya, motivasi konsumen berpengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen melalui keputusan pembelian di rumah makan Sapto Renggo Baru Pati.
10. Keputusan pembelian tidak memediasi pengaruh kepercayaan konsumen terhadap kepuasan konsumen. Artinya, kepercayaan konsumen berpengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen melalui keputusan pembelian di

rumah makan Sapto Renggo Baru Pati.

11. Keputusan pembelian bisa memediasi pengaruh sikap konsumen terhadap kepuasan konsumen. Artinya, sikap konsumen berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen melalui keputusan pembelian di rumah makan Sapto Renggo Baru Pati.

5.2 **Saran**

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan dan kesimpulan yang didapat, penulis dapat memberikan masukan berupa saran antara lain:

rumah makan Sapto Renggo Baru Pati diharapkan dapat mempertahankan motivasi, kepercayaan dan sikap konsumen yang sudah diberikan ke konsumennya sehingga mampu mempengaruhi keputusan pembelian di rumah makan Sapto Renggo Baru Pati dan berdampak bagi kepuasan konsumen di rumah makan Sapto Renggo Baru Pati.

Tanggapan responden pada variabel motivasi konsumen memperlihatkan indikator terendah yaitu Kebutuhan yang terdiri dari kualitas produk, ketersediaan barang dan juga prestise, namun indikator tersebut termasuk masuk ke dalam kategori baik. Saran bagi rumah makan Sapto Renggo Baru Pati untuk memiliki kualitas produk dan ketersediaan barang yang dicari oleh konsumen agar dapat memberikan jaminan kepuasan pada pelanggannya.

Tanggapan responden pada variabel kepercayaan konsumen memperlihatkan indikator terendah yaitu Kebaikan Hati, namun indikator tersebut masuk ke dalam kategori baik. Saran bagi rumah makan Sapto Renggo Baru Pati agar karyawan rumah makan mampu memberikan pelayanan dan memberikan sikap yang baik

bagi konsumen untuk meningkatkan keputusan pembelian.

Tanggapan responden pada variabel sikap konsumen memperlihatkan indikator terendah yaitu Tayangan media massa, namun indikator tersebut masuk kedalam katagori baik. Saran bagi rumah makan Sapto Renggo Baru Pati yaitu lebih memperlihatkan menu-menu masakannya ke media masa seperti instagram, FB, WA dll supaya konsumen mengenal rumah makan Sapto Renggo Baru Pati dan meningkatkan keputusan pembeliannya.

Tanggapan responden pada variabel keputusan pembelian memperlihatkan indikator terendah yaitu kesesuaian harga, namun indikator tersebut masuk ke dalam kategori baik. Saran bagi rumah makan Sapto Renggo Baru Pati yaitu lebih memperhatikan harga yang disesuaikan dengan harga bahan baku makanan agar kepuasan konsumen menjadi meningkat.

Tanggapan responden pada variabel kepuasan konsumen memperlihatkan indikator terendah yaitu *tangibles* (Bukti Fisik), namun indikator tersebut masuk ke dalam kategori baik. Saran bagi rumah makan Sapto Renggo Baru Pati utuk meningkatkan keterbukaan terhadap konsumen agar kepuasan konsumen meningkat.

Penelitian di masa mendatang perlu mempertimbangkan untuk menggunakan variabel lain yang mempengaruhi kepuasan konsumen, sehingga dapat menganalisis lebih lanjut dari faktor-faktor yang berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.