

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Variabel ketersediaan produk, distribusi, dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen memiliki hasil analisis hipotesis yang dirangkum dalam beberapa hal :

1. Ketersediaan Produk (X1) secara individual memberikan kontribusi positif dan signifikan terhadap tingkat kepuasan konsumen (Y). Artinya, semakin baik tingkat ketersediaan produk, sehingga kepuasan konsumen akan mengalami peningkatan. Hal tersebut didapat dari hasil setuju indikator- indikator dari ketersediaan produk menjadi faktor penentu kepuasan konsumen *Teaching Factory Water Treatment*. Fakta ini didukung dengan 3 pengujian yaitu asumsi klasik, regresi linier berganda, dan hipotesis. Dimana Ketersediaan Produk (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y) dengan koefisien regresi sebesar 0,210 dan nilai signifikansi 0,016. Oleh karena itu, disarikan bahwa hipotesis mengenai adanya pengaruh yang positif dan signifikan antara ketersediaan produk dan kepuasan konsumen pada *Teaching Factory Water Treatment* terbukti benar
2. Distribusi (X2) secara individual memberikan kontribusi secara positif dan berarti terhadap tingkat kepuasan konsumen (Y). Dengan kata lain, distribusi yang lebih optimal akan mendorong meningkatnya kepuasan

konsumen. Hal tersebut didapat dari hasil setuju indikator-indikator dari distribusi menjadi faktor penentu kepuasan konsumen *Teaching Factory Water Treatment*. Fakta ini didukung dengan 3 pengujian diantaranya asumsi klasik, regresi linier berganda, serta hipotesis. Dimana Distribusi (X2) juga memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen dengan koefisien regresi 0,275 dan signifikansi 0,020. Dapat disarikan bahwa hipotesis yang menyatakan ada pengaruh positif dan signifikan dari distribusi kepada kepuasan konsumen *Teaching Factory Water Treatment* telah terbukti kebenarannya.

3. Kualitas produk (X3) secara parsial memberikan kontribusi positif dan signifikan terhadap tingkat kepuasan konsumen (Y). Dengan demikian, semakin baik kualitas produk yang ditawarkan, sehingga tingkat kepuasan konsumen juga akan meningkat. Hal tersebut didapat dari hasil setuju indikator-indikator dari kualitas produk menjadi faktor penentu kepuasan konsumen *Teaching Factory Water Treatment*. Fakta ini didukung dengan 3 pengujian yaitu asumsi klasik, regresi linier berganda, dan hipotesis. Dimana Kualitas Produk (X3) menjadi variabel yang paling dominan, berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen dengan koefisien regresi 0,324 dan signifikansi 0,000. Disarikan bahwa hipotesis yang menyebutkan adanya pengaruh positif dan signifikan antara kualitas produk terhadap kepuasan konsumen *Teaching Factory Water Treatment* terbukti benar.

4. Secara simultan, ketiga variabel independen, yaitu ketersediaan produk, distribusi, dan kualitas produk, terbukti memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini ditunjukkan melalui hasil uji F yang menghasilkan nilai F hitung sebesar 82,095 dengan tingkat signifikansi 0,000, yang berarti bahwa model regresi yang digunakan dalam penelitian ini layak dan valid untuk menjelaskan hubungan antara variabel-variabel tersebut. Meskipun demikian, nilai koefisien determinasi (R^2) yang diperoleh hanya sebesar 0,048, yang mengindikasikan bahwa ketiga variabel tersebut secara bersama-sama hanya mampu menjelaskan sebesar 4,8% variasi yang terjadi pada kepuasan konsumen. Dengan kata lain, terdapat 95,2% variasi kepuasan konsumen yang kemungkinan besar dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar variabel yang diteliti dalam model ini, sehingga disarankan bagi penelitian selanjutnya untuk mempertimbangkan faktor-faktor lain yang relevan guna memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif terhadap dinamika kepuasan konsumen.

5.2. Saran

Rangkuman hasil temuan di atas, penulis menyampaikan sejumlah saran guna meningkatkan kepuasan konsumen :

1. Kualitas produk merupakan salah satu faktor utama yang sangat berpengaruh terhadap tingkat kepuasan konsumen, sehingga *Teaching*

Factory Water Treatment harus lebih memperhatikan mutu air yang dihasilkan, mulai dari kejernihan, rasa, hingga warna air, serta memastikan bahwa seluruh proses produksi dilakukan sesuai dengan standar kesehatan dan keamanan pangan yang berlaku, guna menjamin bahwa produk *Voca Water* aman, layak konsumsi, dan mampu memberikan kepuasan maksimal kepada konsumen.

2. Peningkatan pada kualitas kemasan dan kejelasan informasi juga dapat meningkatkan kepuasan konsumen. Penulis memberi saran desain produk kemasan dan warna tulisan label pada bagian output, agar tampilan produk terlihat lebih menarik, profesional, serta memudahkan konsumen dalam membaca informasi penting. Desain yang informatif dan estetis akan menciptakan kesan positif terhadap produk, meningkatkan kepercayaan konsumen, serta memperkuat citra merk *Voca Water*