

V. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

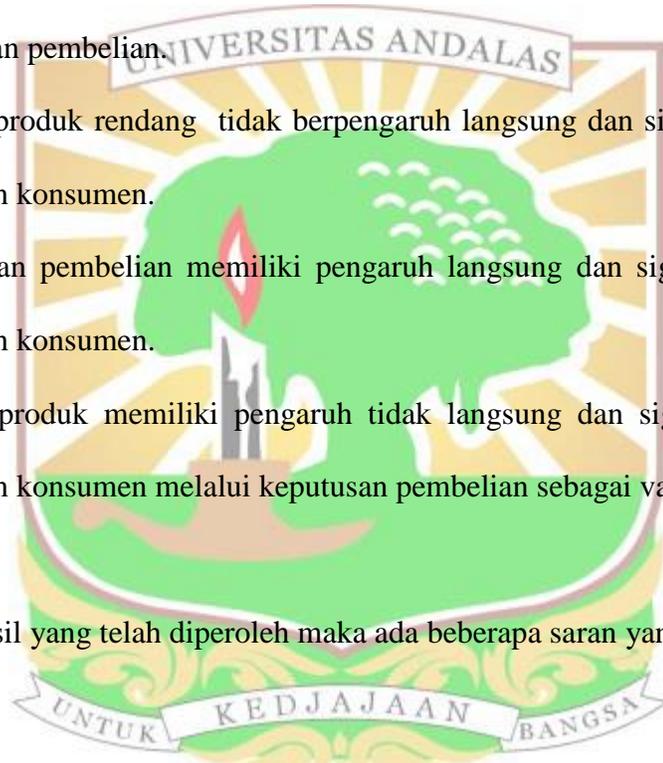
Berdasarkan dari hasil penelitian yang dilakukan tentang pengaruh atribut produk rendang terhadap keputusan pembelian dan kepuasan konsumen online di Sumatera Barat dapat disimpulkan bahwa:

1. Atribut produk rendang memiliki pengaruh langsung dan signifikan terhadap keputusan pembelian.
2. Atribut produk rendang tidak berpengaruh langsung dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.
3. Keputusan pembelian memiliki pengaruh langsung dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.
4. Atribut produk memiliki pengaruh tidak langsung dan signifikan terhadap kepuasan konsumen melalui keputusan pembelian sebagai variabel mediasi.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil yang telah diperoleh maka ada beberapa saran yang dapat diberikan peneliti, yaitu:

1. Diharapkan kepada peneliti selanjutnya untuk dapat menambahkan variabel lainnya yang dapat mempengaruhi hubungan antar variabel pada penelitian ini.
2. Diharapkan untuk mengganti sampel atau menambah jumlah responden untuk memperoleh hasil penelitian yang lebih baik daripada penelitian saat ini.



3. Diharapkan kepada Industri Kecil Menengah (IKM) Rendang harus tetap mempertahankan dan meningkatkan kualitas dari atribut produk yang ditawarkan kekonsumen, karena hal ini dapat mempengaruhi keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen.
4. Diharapkan Industri Kecil Menengah (IKM) Rendang harus meningkatkan keputusan pembelian konsumen dengan cara memberikan promosi yang menarik dan berkualitas bagi konsumen, dan menampilkan ciri khas dari produk yang ditawarkan.



