

## V. KESIMPULAN DAN SARAN

### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan yang diperoleh dari penelitian maka dapat disimpulkan bahwa :

- 1) Secara keseluruhan, tanggapan konsumen terhadap bauran pemasaran yang diterapkan di *Outlet Milk Square* Kota Padang cenderung menunjukkan hasil yang positif. Hal ini terlihat dari respon konsumen terhadap berbagai elemen bauran pemasaran yaitu, produk, harga, tempat, promosi, orang, proses, dan bukti fisik. Mayoritas responden memberikan penilaian yang baik dan puas terhadap aspek-aspek tersebut. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa bauran pemasaran yang diterapkan di *Outlet Milk Square* Kota Padang berhasil memenuhi harapan konsumen, yang tercermin dari tingkat kepuasan yang tinggi terhadap setiap elemen yang ada.
- 2) Hasil pengolahan data menggunakan analisis SEM dengan SMART PLS 4.0 menunjukkan bahwa variabel produk memiliki *p-values* 0,024, orang memiliki *p-values* 0,002, proses memiliki *p-values* 0,047 dan bukti fisik memiliki *p-value* 0,004, yang berarti keduanya memiliki pengaruh signifikan. Sementara itu, variabel, harga, tempat dan promosi menunjukkan pengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen, dengan *p-values* untuk produk sebesar 0,095, harga 0,197, dan promosi 0,317. Hasil ini mengindikasikan bahwa meskipun faktor-faktor tersebut memiliki peran penting, pengaruhnya terhadap kepuasan konsumen tidak cukup kuat untuk menunjukkan hubungan yang signifikan.

## 5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan yang diperoleh, maka penulis memberikan beberapa saran sebagai berikut;

### 1) Bagi Pemilik Usaha

Berdasarkan hasil uji signifikansi, terdapat tiga variabel bauran pemasaran belum dapat mempengaruhi kepuasan konsumen secara langsung, untuk itu disarankan *Outlet Milk Square* dapat lebih meningkatkan lagi bauran pemasaran yaitu pada variabel produk, harga dan promosi. Apabila dilihat dari hasil *p-values*, variabel promosi memiliki nilai yang paling tertinggi, artinya variabel promosi yang paling berpengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen. Untuk itu diharapkan kepada pemilik usaha untuk meningkatkan lagi kinerja bauran pemasaran terkhusus pada variabel promosi. Dengan itu diharapkan nantinya bauran pemasaran dapat mempengaruhi dan mempertahankan konsumen.

### 2) Untuk peneliti selanjutnya

Harapan penulis untuk peneliti selanjutnya adalah agar penelitian ini dapat menjadi landasan dan referensi bagi penelitian yang lebih mendalam berikutnya. Penulis berharap penelitian selanjutnya dapat mengembangkan variabel lain yang belum dibahas dalam studi ini atau menggunakan metode analisis yang berbeda untuk memperoleh hasil yang lebih komprehensif. Sehingga hasil penelitian dapat memberikan kontribusi yang lebih besar bagi pengembangan ilmu pengetahuan dan penerapan praktis di bidang terkait.