

V. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Karakteristik konsumen dalam pembelian produk pada Outlet Ayam Takapik mayoritas berada dalam kelompok usia 17-25 tahun (89%), dengan perempuan sebagai jenis kelamin terbanyak (66%). Dari segi pendidikan, sebagian besar memiliki latar belakang pendidikan terakhir SMA atau sederajat (77%), dan profesi yang paling dominan adalah mahasiswa (72%). Penghasilan responden paling banyak berada pada kisaran $\text{Rp} < 1.500.000$ (56%).
2. Seluruh faktor yang dianalisis dalam penelitian terkait kepuasan konsumen produk pada Outlet Ayam Takapik terbukti berpengaruh secara signifikan, ditunjukkan oleh nilai P value masing-masing yang berada di bawah angka 0,05. Dari keempat faktor tersebut, faktor harga menunjukkan pengaruh yang paling kuat dengan nilai $P = 0,001$, disusul oleh faktor tempat $P = 0,020$, faktor promosi $P = 0,025$ dan faktor produk $P = 0,042$.

5.2 Saran

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

1. Penelitian ini telah membuktikan bahwa keempat faktor (tempat, produk, promosi, dan harga) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan P value tertinggi yaitu harga ($P=0,001$). Untuk penelitian selanjutnya, disarankan untuk menambahkan variabel lain seperti kualitas layanan (service quality), citra

merek, atau pengaruh media sosial guna mendapatkan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai perilaku konsumen.

2. Outlet Ayam Takapik dapat lebih mengoptimalkan promosi melalui media sosial, testimoni, konten visual menarik, dan program loyalitas seperti diskon berkala atau promo bundling untuk meningkatkan minat beli dan membentuk persepsi positif.

