V. KESIMPULAN DAN SARAN

1.1 Kesimpulan

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

1. Tanggapan konsumen terhadap Bauran pemasaran Lassy Dairy Farm sudah baik. Hal ini dapat dilihat dari skor rata – rata pada bauran pemasaran yang mayoritas sudah berada pada indikator baik. Skor rata – rata terbesar berada pada bauran pemasaran produk yaitu rasa dengan skor 4.13, aroma dengan skor 4.13, varian ukuran dengan skor 3.82, kemasan dengan skor 3.87 dan pentingnya label pada kemasan dengan skor 4.76 berada indikator sangat baik atau sangat penting. Skor rata – rata terendah berada pada bauran pemasaran tempat yaitu sebesar 3.26 yang berada pada indikator cukup baik.
2. Kepuasan konsumen terhadap produk susu olahan di Lassy Dairy Farm dinyatakan puas dengan skor 3.97. Skor rata – rata tertinggi berada pada indikator merekomendasikan kepada orang lain dengan skor 4.14 termasuk kategori baik / puas dan skor rata – rata terendah berada pada indikator kepuasan secara keseluruhan terhadap bauran pemasaran 4P dengan skor 3.81 termasuk kategori baik / puas. Dengan ini konsumen menyatakan konsumen puas terhadap produk susu olahan di Lassy Dairy Farm.
3. Dari hasil pengolahan data dengan analisis SEM menggunakan SMART PLS diperoleh hasil antara hubungan bauran pemasaran 4P dengan kepuasan konsumen. Hubungan yang cukup kuat terdapat pada variabel harga (0.000) sedangkan produk (0.307), promosi (0.283) memiliki

hubungan yang lemah, dan tempat (0.119), memiliki hubungan yang sangat lemah. Seluruh variabel bauran pemasaran memiliki arah yang positif sehingga dengan meningkatkan kualitas produk, menetapkan harga yang murah, tempat yang strategis dan akses lokasi yang mudah, memperbanyak promosi, serta membuat dekorasi dan tata letak layout yang baik dapat meningkatkan kepuasan konsumen yang datang berkunjung.

1.2 Saran

1. Lassy Dairy Farm perlu mempertahankan promosi , harga dan juga kualitas produk. Karena berdasarkan analisis korelasi tempat memiliki hubungan yang cukup kuat dengan kepuasan konsumen disusul dengan produk dan juga promosi.

2. Lassy Dairy Farm perlu memperluas atau memperbanyak tempat atau lokasi penjualan supaya konsumen tidak perlu terlalu jauh untuk membeli produk keju mozzarella tersebut.

3. Lassy Dairy Farm harus mencantumkan label identitas pada setiap produk. Supaya konsumen yakin dan percaya untuk membeli produk tersebut bahwa produk keju mozzarella Lassy Dairy Farm sudah melalui pengujian dari BPOM.

UNIVERSITAS ANDALAS
UNTUK KEDJAJAAN BANGSA