

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dengan memperhatikan hasil analisis yang berkaitan dengan rumusan masalah dalam penelitian ini, maka dapat ditarik kesimpulan hasil penelitian sebagai berikut:

1. Kualitas produk batik Jantari CV. Wecono Asri

Dari analisis deskriptif nilai rata-rata (*mean*) kualitas produk sebesar 32,82 dengan standar deviasi sebesar 3,00. Berdasarkan tabel 4.10, pengkategorisasian dapat dilihat bahwa 90 responden yang menjawab kuesioner tersebut 40 responden merupakan kategori sangat baik, 47 responden termasuk kategori baik, dan 3 responden termasuk cukup. Hasil dari distribusi variabel kualitas produk (X) menyatakan bahwa kualitas produk batik Jantari termasuk dalam kategori baik, hasil ini berdasarkan nilai berada diantara skor 27 dan 33.

2. Kepuasan konsumen CV. Wecono Asri

Dari analisis deskriptif nilai rata-rata (*mean*) kepuasan konsumen sebesar 34,37 dengan standar deviasi sebesar 2,92. Berdasarkan tabel 4.11, pengkategorisasian dapat dilihat bahwa 90 responden yang menjawab kuesioner tersebut 56 responden merupakan kategori sangat baik, 34 responden termasuk kategori baik. Hasil dari distribusi variabel kepuasan konsumen (Y) menyatakan bahwa kepuasan konsumen CV. Wecono Asri termasuk dalam kategori sangat baik, hasil ini berdasarkan nilai berada diantara skor 34 dan 40.

3. Pengaruh kualitas produk batik Jantari terhadap kepuasan konsumen CV. Wecono Asri

Berdasarkan pada hasil pengujian variabel kualitas produk dan variabel kepuasan konsumen dapat disimpulkan bahwa kualitas produk batik Jantari berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen CV. Wecono Asri. Hal ini sesuai dengan nilai t-hitung lebih besar dari t-tabel yaitu $4,682 > 1,987$ dengan nilai sig. $0,000 < 0,05$.

Kemudian nilai R Square sebesar 0,221, artinya besarnya pengaruh variabel kualitas produk batik Jantari terhadap kepuasan konsumen CV. Wecono Asri sebesar 22,1%, sedangkan sisanya 77,9% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini seperti harga, pelayanan, citra merek, maupun faktor promosi.

Kualitas produk yang dilihat dari unsur desain dapat ditingkatkan melalui proses inovasi desain yang berkelanjutan. Desain yang unik, menarik, serta relevan dengan kebutuhan dan persepsi terhadap kualitas produk. Selain itu, desain yang memiliki nilai estetika dan fungsionalitas tinggi juga mampu memperkuat rasa puas serta loyalitas konsumen terhadap merek. Dengan demikian, peningkatan kualitas desain batik diharapkan dapat meningkatkan besarnya pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen.

B. Saran

Setelah melakukan penelitian ini, peneliti dapat memberikan beberapa saran yang diharapkan bermanfaat untuk beberapa pihak. Adapun saran tersebut antara lain:

1. Bagi CV. Wecono Asri

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, kepuasan konsumen CV. Wecono Asri terhadap batik Jantari secara keseluruhan tergolong kategori tinggi, namun masih terdapat aspek yang perlu diperhatikan dan ditingkatkan untuk lebih memuaskan konsumen. Wecono Asri disarankan untuk terus meningkatkan kualitas produk, terutama pada konsistensi jahitan dan penyelesaian produk serta terus meningkatkan inovasi desain agar lebih menarik dan sesuai dengan keinginan konsumen.

Selain itu, Wecono Asri perlu memperhatikan pelayanan konsumen seperti respon cepat terhadap keluhan, ketersediaan produk, dan kemudahan dalam proses pemesanan. Upaya meningkatkan interaksi dengan konsumen melalui media sosial dan promosi yang menarik tetap dipertahankan agar meningkatkan kepuasan konsumen, serta memperkuat citra dan daya saing batik Jantari di pasaran.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Apabila dilakukan penelitian selanjutnya dengan tema sejenis, maka diharapkan dapat mengembangkan dan menambah variabel lain yang tidak termasuk diteliti seperti harga, pelayanan, citra merek, dan promosi untuk memperkuat hasil penelitian yang dilakukan. Peneliti selanjutnya diharapkan dapat melakukan penelitian dengan mengambil sampel lebih banyak agar menghasilkan penelitian yang lebih baik.