

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Kesimpulan pada penelitian ini berdasarkan hasil analisis adalah sebagai berikut :

1. Strategi distribusi penjualan kakao (X1) dan harga (X2) secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan petani (Y) hasil pengujian diperoleh nilai F 5,809 dengan nilai signifikan sebesar $0,005 < 0,05$. Dengan demikian hipotesis pertama diterima.
2. Hasil penelitian diperoleh bahwa variabel strategi distribusi penjualan kakao (X1) memiliki koefisien regresi sebesar -0,325 terhadap kepuasan petani (Y) dan nilai t_{hitung} sebesar -2,038 dengan tingkat signifikansi $0,046 < 0,05$. Hal ini berarti bahwa strategi distribusi penjualan kakao (X1) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan petani (Y). Dengan demikian hipotesis kedua diterima.
3. Hasil penelitian diperoleh bahwa variabel harga (X2) memiliki koefisien regresi sebesar -0,340 terhadap kepuasan petani (Y) dan nilai t_{hitung} -2,658 dengan tingkat signifikan $0,010 < 0,05$. Hal ini berarti bahwa harga (X2) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan petani (Y). Dengan demikian hipotesis ketiga diterima.
4. Koefisien determinasi (*R Square*) sebesar 0,154 atau 15,4% variabel strategi distribusi penjualan kakao dan harga berpengaruh terhadap

kepuasan petani. Sedangkan sisanya 84,6% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

5.2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan, dan kesimpulan yang diperoleh, maka saran yang dapat diberikan sebagai berikut.

1. Disarankan kepada Toko Cindy dapat meningkatkan atau mengembangkan jasa distribusi dan mempertahankan loyalitas petani agar petani juga nyaman untuk terus menjual hasil kakao.
2. Disarankan pemerintah Desa Tonusu dapat menyediakan tempat atau jasa distribusi bagi petani untuk menjual hasil kakao dan penyediaan sarana transportasi bagi petani agar memudahkan saat akan menjual kakao.
3. Disarankan petani dapat mengupayakan peningkatan produksi disertai perbaikan kualitas dan mutu biji kakao sehingga harga kakao dapat meningkat.
4. Untuk penelitian yang akan datang disarankan untuk menambah atau mengganti variabel lainnya selain strategi distribusi dan harga yang tentunya dapat mempengaruhi kepuasan.