

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Bauran pemasaran kopi bubuk Tri Arga sudah cukup bagus. Hal ini dapat dilihat dari produk yang ditawarkan yaitu kopi bubuk murni yang memiliki cita rasa yang khas karena terjamin keasliannya. Produk dikemas dalam kemasan *standing pouch* dan sudah memuat label produk. Harga yang ditetapkan oleh usaha kopi bubuk Tri Arga disesuaikan dengan biaya yang dikeluarkan dan sesuai dengan harga pasar. Harga yang ditetapkan yaitu Rp. 60.000/Kg. Produk di jual dilokasi usaha yaitu Jl. Bukit Apit No. 11 Kota Bukittinggi. Kegiatan promosi yang dilakukan yaitu penjualan perorangan, pemasaran langsung.
2. Pada hasil uji statistik yang telah dilakukan yaitu uji t diketahui bahwa variabel produk (X1), variabel harga (X2), variabel promosi (X3) dan variabel tempat (X4) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat beli konsumen (Y). Nilai signifikansi produk yaitu $0.038 < 0.05$, nilai signifikansi harga yaitu $0.007 < 0.05$, nilai signifikansi tempat yaitu $0.011 < 0.05$, nilai signifikansi promosi yaitu $0.003 < 0.05$.

B. Saran

Berdasarkan pembahasan dan kesimpulan penelitian ini, peneliti memberikan saran sebagai berikut:

1. Bagi usaha kopi bubuk Tri Arga diharapkan dapat mempertahankan dan mengembangkan bauran pemasaran agar dapat meningkatkan minat beli konsumen terutama pada variabel promosi dengan memaksimalkan promosi yang sudah digunakan yaitu penjualan perorangan dan pemasaran langsung serta menggunakan promosi lainnya seperti periklanan, promosi penjualan dan hubungan masyarakat.
2. Diharapkan penelitian ini dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya sebagai sumber literatur.