BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dari Analisis bauran pemasaran terhadap volume pembelian *sala lauak* di Kecamatan Pariaman Tengah Kota Pariaman maka peneliti dapat memberikan beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Hasil analisis Bauran Pemasaran yaitu
   a. Produk *sala lauak* mempunyai bentuk bulat dengan diameter 1 cm. Bulatan tersebut dibentuk secara konvensional dengan menggunakan tangan. *Sala lauak* mempunyai warna kuning kemerahan dengan tekstur keras di bagian luar dan lembut di bagian dalam. Pada variabel produk item rasa *sala lauak* merupakan item dengan skor tertinggi ini berarti item rasa sala luak yang khas dan nikmat membuat persepsi konsumen sangat baik .
   b. Harga *sala lauak* dijual dengan harga Rp. 1000/4 unit. Penetuan harga jual didasarkan kepada bahan baku utama yaitu tepung beras dan biaya produksi, item yang paling tinggi pada variabel harga adalah harga jual *sala lauak* dengan jumlah skor 123.
   c. Distribusi tempat penjualan produk *sala lauak* biasanya tidak jauh dri rumah produsen *sala lauak* sendiri agar memudahkan dalam proses pendistribusian produk *sala lauak* tersebut. Pada variabel distibusi item yang memiliki skro tertinggi adalah kemudahan mendapatkan produk hal ini berarti Banyaknya tempat dan selalu tersedianya produk *sala lauak* sesuai permintaan konsumen membuat persepsi konsumen sangat baik terhadap kemudahan mendapatkan produk.
   d. Promosi proses penyebaran informasi produk *sala lauak* oleh produsen dilakukan dari mulut ke mulut. Produsen belum bisa mempromosikan produk mereka pada media informasi (melalui radio, koran , dan lain-lain) karena produk *sala lauak* yang dijual oleh produsen belum mempunyai merek dan masih belum terdaftar pada dinas terkait.
2. Variabel yang diamati (produk, harga, distribusi dan promosi) memiliki pengaruh positif terhadap volume pembelian. Hasil uji F menunjukkan

bahwa tidak seluruh variabel bauran pemasaran berpengaruh terhadap volume pembelian. Hanya variabel distribusi dan promosi yang memberikan pengaruh nyata secara individual. Hasil uji T menunjukkan hanya variabel distribusi yang secara individu berpengaruh nyata terhadap volume pembelian. Nilai R Square yang diperoleh sebesar 0,227 artinya seluruh variabel yang diamati mempengaruhi volume pembelian sebesar 22,7 % dengan tingkat korelasi yang diamati sebesar 0,476.

B. SARAN

Berdasarkan hasil penelitian maka hal yang disarankan adalah :

1. Perlu dilakukannya penelitian lanjutan mengenai pengaruh bauran pemasaran terhadap volume pembelian *sala lauak* dengan mengembangkan variabel yang lebih luas.
2. Kegiatan penjualan sala belum memiliki izin usaha dan merek dagang sendiri, disarankan kepada produsen untuk mendaftarkan izin usaha dan merek dagang ke Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Pariaman demi keberlangsungan dan keberlanjutan usaha.
3. Adanya bimbingan dan pelatihan dari Dinas UMKM untuk lebih mengembangkan kegiatan usaha *sala lauak* yang ada di Kecamatan Pariaman Tengah

UNIVERSITAS ANDALAS
UNTUK KEDJAJAAN BANGSA