

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian ini dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Konsumen berpersepsi baik tentang bauran pemasaran produk, harga, dan promosi, tetapi konsumen tidak berpersepsi baik untuk tempat yang dimiliki roti Aceng Bakery. Loyalitas konsumen, sebagian besar konsumen memilih tidak loyal kepada roti Aceng Bakery.
2. Hasil analisis uji hubungan antara persepsi konsumen tentang bauran pemasaran dengan loyalitas konsumen menunjukkan bahwa tidak ada hubungan antara persepsi konsumen tentang bauran pemasaran produk dan harga dengan loyalitas konsumen, tetapi ada hubungan antara persepsi konsumen tentang bauran pemasaran tempat dan promosi terhadap loyalitas konsumen.

B. Saran

Dari hasil penelitian disarankan kepada usaha Roti Aceng Bakery untuk meningkatkan persepsi konsumen tentang bauran pemasaran tempat adalah dengan cara membuka outlet yang strategis. Karena tempat merupakan faktor yang penting dalam menjalankan usaha dan juga memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pembelian konsumen.

