

V. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan yang diperoleh dari penelitian dapat disimpulkan bahwa:

1. Karakteristik konsumen susu UHT pada *Coffee Shop* Kota Padang pada umumnya sebagai berikut: Jenis kelamin laki-laki (83,87%), usia 18 sampai 25 (70%), pendidikan terakhir yaitu SMA (51,61%), pekerjaan sebagai manajer (67,74%) dan pendapatan Rp. 3.500.000 – > Rp. 3.500.000 (45,16%).
2. Karakteristik pembelian susu UHT pada *Coffee Shop* Kota Padang pada umumnya sebagai berikut: merek susu UHT yaitu Diamond (70,96%), ukuran kemasan susu UHT yang digunakan 1000mL/1L (96,77%), frekuensi pembelian (/bulan) (6 Kali/Bulan), dan jumlah pembelian (/bulan) (308 Kotak/bulan).
3. Faktor-faktor yang mempengaruhi bauran pemasaran terhadap keputusan pembelian susu UHT pada *coffee shop* kota Padang dipengaruhi secara signifikan oleh Produk. Hal ini dibuktikan bahwa nilai T_{hitung} yang dimiliki konstruk Produk sebesar $3.257 > T_{tabel} 1,96$ dengan taraf signifikan ($\alpha = 0,05$), diperoleh $p_{value} 0,001 < 0,005$ dengan nilai *original sample* (koefesien) yaitu (0,649). Sedangkan Harga, Tempat dan Promosi tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian karena memiliki nilai $T_{statistik}$ kecil dari dari $T_{tabel} 1,96$ dan p_{value} besar dari 0,05 ($\alpha = 0,05$).

1.2 Saran

1. Bagi produsen perlu meningkatkan promosi untuk meningkatkan jumlah penjualan dan daya beli terhadap produk.
2. Bagi akademis perlu meningkatkan jumlah populasi karena sangat mempengaruhi hasil dan signifikansi pada analisis selanjutnya.

