

BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan untuk mengetahui pengaruh bauran pemasaran terhadap minat beli ulang konsumen Chocolate Changer di Kota Padang, diperoleh beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Bauran pemasaran yang diterapkan oleh Chocolate Changer terbilang sudah bagus. Hal ini ditandai dengan produk Chocolate Changer yang memiliki kualitas rasa dan kemasan yang baik. Harga yang ditawarkan oleh Chocolate Changer terbilang sangat terjangkau yaitu Rp. 10.000/cup dan tambahan *topping* Rp. 2.000. Usaha Chocolate Changer memiliki lokasi yang strategis yaitu Pasar Baru, Permindo, Aia Pacah UBH, MKU UNP, Jati, Lubuak Begalung UPI, Siteba, Balimbiang dan Anduriang. Promosi Chocolate Changer yang paling berpengaruh adalah promosi melalui instagram @chocolate_changer.
2. Berdasarkan hasil uji statistik yang telah dilakukan variabel produk (X1) dan variabel promosi (X4) berpengaruh signifikan terhadap variabel minat beli ulang (Y). Sedangkan variabel harga (X2) dan variabel tempat (X3) tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel minat beli ulang (Y).

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan terdapat beberapa saran dari peneliti kepada usaha Chocolate Changer di Kota Padang, diantaranya sebagai berikut:

1. Bagi usaha Chocolate Changer di Kota Padang diharapkan untuk dapat menyesuaikan harga yang ditawarkan kepada konsumen dengan manfaat yang dapat diterima konsumen setelah mengonsumsi minuman Chocolate Changer kedepannya. Selain itu, perlu dilakukan pertimbangan harga dengan melihat harga yang ditetapkan oleh pesaing. Dari hasil penelitian diketahui bahwa diskon yang diberikan tidak diketahui oleh semua konsumen, sehingga disarankan kepada usaha Chocolate Changer untuk menampilkan diskon yang ditawarkan di setiap gerai. Dari hasil penelitian yang ditemukan diketahui masih

terdapat beberapa gerai yang tidak dapat memenuhi kebutuhan konsumen, sehingga disarankan kepada usaha Chocolate Changer untuk menambahkan stok pada gerai yang memiliki penjualan lebih tinggi.

2. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan untuk menambahkan variabel yang belum terdapat pada penelitian agar dapat menghasilkan temuan yang lebih kompleks kedepannya.

