

## BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN

### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Gerai Oleh-Oleh Clarisa berlokasi di kawasan wisata Lembah Harau tepatnya di Jorong Harau Kecamatan Harau, Kabupaten Lima Puluh Kota, Provinsi Sumatera Barat. Bauran pemasaran yang diterapkan oleh Gerai Oleh-Oleh Clarisa sudah sangat baik, hal ini didapat dari hasil skor distribusi frekuensi kategori penilaian konsumen yang rata-rata pada bauran pemasaran mayoritas berada pada kategori sangat baik. Skor hasil perhitungan distribusi frekuensi kategori penilaian konsumen terbesar berada pada bauran harga dan Skor hasil perhitungan distribusi frekuensi kategori penilaian konsumen terendah berada pada bauran tempat.
2. Dari empat bauran pemasaran, bauran produk dan harga memiliki hubungan yang signifikan terhadap minat beli ulang konsumen Rakik Kacang Gerai Oleh-Oleh Clarisa. Sedangkan bauran tempat dan promosi tidak memiliki hubungan dengan minat beli ulang konsumen Rakik Kacang Gerai Oleh-Oleh Clarisa.

### B. Saran

Terdapat beberapa saran sebagai masukan dan pertimbangan dalam pengambilan keputusan yang bermanfaat bagi Gerai Oleh-Oleh Clarisa :

1. Gerai Oleh-Oleh Clarisa diharap untuk meningkatkan kesadaran merek (*brand awareness*) melalui strategi promosi yang lebih intensif, seperti perancangan logo yang modern, desain kemasan yang konsisten, serta memperkuat eksistensi di media sosial. Selain itu, lebih partisipasi aktif dalam berbagai festival kuliner lokal maupun regional dapat menjadi sarana efektif untuk memperluas pengenalan merek.
2. Gerai Oleh-Oleh Clarisa diharapkan melakukan diversifikasi produk dengan mengembangkan varian rasa baru yang sesuai dengan preferensi konsumen serta mempertahankan dan meningkatkan kualitas rasa produk. Hal ini dapat dilakukan dengan uji cita rasa (*taste testing*) secara berkala untuk memperoleh

umpan balik langsung dari konsumen. Diversifikasi ini diharapkan mampu memperluas pangsa pasar dan meningkatkan minat beli ulang konsumen.

3. Diharapkan untuk melakukan analisis harga pesaing untuk memastikan harga yang ditetapkan tetap kompetitif tanpa mengurangi kualitas produk. Penerapan program kartu loyalitas (*loyalty card*) juga dapat menjadi alternatif untuk meningkatkan kepuasan dan loyalitas konsumen.
4. Gerai Oleh-Oleh Clarisa dapat mengimplementasikan sistem *pre-order* untuk kemasan khusus yang disesuaikan dengan kebutuhan konsumen, seperti kemasan souvenir, hampers, atau paket parcel untuk momen tertentu (misalnya Lebaran, Natal, dan Tahun Baru).

