

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan dari hasil analisis yang diperoleh maka terdapat beberapa kesimpulan sebagai berikut :

- a. Untuk hipotesis pertama terdapat pengaruh secara simultan (serentak) bauran pemasaran yang meliputi produk, harga, lokasi, dan promosi berpengaruh terhadap keputusan konsumen dalam membeli Jajanan Seblak Mamayang” adalah terbukti kebenarannya, seperti yang dikemukakan oleh Basu Swastha dan Irawan (2001:74)
- b. Untuk hipotesis kedua tidak terdapat pengaruh secara parsial (individual) bauran pemasaran yang meliputi produk, harga, dan promosi terhadap

keputusan konsumen dalam membeli Jajanan Seblak Mamayang, sedangkan Variabel lokasi berpengaruh secara parsial terhadap keputusan konsumen dalam membeli jajanan seblak mamayang” adalah terbukti kebenarannya, seperti yang dikemukakan oleh Basu Swastha dan Irawan (2001:74)

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, terdapat saran yang dapat diberikan yaitu sebagai berikut :

a. Bagi perusahaan sebaiknya lebih memperkenalkan jajanan seblak kepada masyarakat luas, sehingga peminat jajanan seblak tersebut tidak hanya dari konsumen yang berasal dari daerah Jawa Barat saja.

b. Penelitian ini merupakan referensi bagi peneliti-peneliti selanjutnya dan diharapkan dengan keterbatasan variable pada penelitian ini, hendaknya peneliti-peneliti selanjutnya yang mengambil topik atau judul penelitian yang