

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil dari uji analisis yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa:

1. Variabel produk (X1) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen (Y) pada Dhograwuh *Coffee* Trawas.
2. Variabel harga (X2) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen (Y) pada Dhograwuh *Coffee* Trawas.
3. Variabel tempat (X3) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen (Y) pada Dhograwuh *Coffee* Trawas.
4. Variabel promosi (X4) secara parsial berpengaruh tidak signifikan terhadap minat beli konsumen (Y) pada Dhograwuh *Coffee* Trawas.
5. Variabel produk (X1), harga (X2), tempat (X3), dan promosi (X4) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen (Y) pada Dhograwuh *Coffee* Trawas.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil pembahasan serta kesimpulan dalam penelitian ini, terdapat beberapa saran yang diajukan peneliti yaitu sebagai berikut :

1. Bagi Perusahaan

Dhograwuh *Coffee* Trawas perlu lebih memperhatikan lagi bauran pemasarannya yaitu yang terdiri dari produk, harga, tempat, dan promosi. Hal ini dikarenakan agar minat beli konsumen terhadap Dhograwuh *Coffee*

Trawas bisa lebih tinggi lagi. Seperti halnya pada produk, Dhograwuh *Coffee* Trawas dapat mempertahankan atau bahkan lebih meningkatkan lagi kualitas produknya dan memperbanyak lagi varian menu serta tetap mempertahankan ciri khas produk yang dimiliki. Dan juga dari segi harga harus disesuaikan dengan pangsa pasarnya serta sesuai dengan kualitas yang diberikan. Hal ini agar dapat menjaga minat beli konsumen tidak berpaling kepada kompetitor. Selain itu juga, penataan ruang perlu mendapatkan perhatian. Dhograwuh *Coffee* Trawas dapat menambahkan beberapa spot foto untuk pengunjung. Hal ini dikarenakan beberapa tempat yang indah dan bagus untuk berfoto juga menjadi nilai tambah agar konsumen berminat untuk melakukan pembelian.

Dan promosi juga dapat diperbaiki lagi agar dapat menambah nilai minat beli konsumen terhadap Dhograwuh *Coffee* Trawas. Hal ini dapat dilakukan dengan cara melakukan survei bagaimana harapan konsumen terhadap Dhograwuh *Coffee* Trawas dan juga mencari beberapa referensi promosi yang baik. Dengan semakin baiknya bauran pemasaran yang diterapkan, maka hal tersebut dapat meningkatkan minat beli konsumen terhadap Dhograwuh *Coffee* Trawas.

2. Bagi penelitian selanjutnya

Untuk penelitian selanjutnya diharapkan dapat lebih variatif dalam mengembangkan pengaruh yang mempengaruhi minat beli konsumen atau dapat menambahkan variabel-variabel lain yang dapat mempengaruhi minat beli konsumen.