

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dijabarkan pada bab sebelumnya, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan guna menjawab rumusan masalah. Beberapa kesimpulan tersebut adalah sebagai berikut :

1. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa harga tidak berpengaruh terhadap minat beli konsumen pada Minimarket Megamart Plaju, dengan t_{hitung} sebesar -0,393 dengan signifikan 0,679.
2. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa promosi berpengaruh terhadap minat beli konsumen pada Minimarket Megamart Plaju, dengan t_{hitung} sebesar 17,855 dengan signifikan 0,000.
3. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa harga dan promosi berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen pada Minimarket Megamart Plaju, dilihat secara pengujian simultan dengan hasil dimana Uji F dengan F_{hitung} bernilai 159,400 dengan signifikan 0,000.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan simpulan yang diperoleh, maka penulis akan memberikan saran kepada pihak-pihak terkait. Adapun saran-saran yang dikemukakan adalah sebagai berikut :

1. Harga yang telah ditetapkan perusahaan harus ditinjau secara periodik. Hal ini perlu diperhatikan mengingat pada saat ini tingkat persaingan cukup tinggi, sehingga perusahaan harus terus meninjau kembali harga yang lebih baik tanpa mengurangi kualitas produk dan mempengaruhi konsumen dengan harga yang terjangkau.

2. Melakukan kegiatan promosi lebih giat lagi untuk menarik perhatian konsumen serta dapat meningkatkan laba dalam kegiatan penjualan serta melakukan promosi di media sosial.
3. Perusahaan sebaiknya melakukan pemberian potongan harga khusus bagi konsumen, serta melakukan promosi dengan strategi-strategi yang tepat agar kegiatan promosi yang dilakukan dapat mencapai target.