

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan maka diperoleh kesimpulan dan saran sebagai berikut:

#### **5.1 Kesimpulan**

1. Hasil analisa bauran pemasaran yaitu produk, harga, promosi, dan saluran distribusi (tempat) berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Bakso Jagir Masjun. Untuk variabel produk telah memperoleh persentase sebesar 91,2 persen tergolong ke dalam kategori “Sangat Tinggi”, untuk variabel harga telah memperoleh persentase sebesar 67,6 persen tergolong kedalam kategori “Tinggi”, untuk promosi telah memperoleh persentase sebesar 84,8 persen tergolong kedalam kategori “Sangat Tinggi” dan untuk saluran distribusi (tempat) telah memperoleh persentase sebesar 86,48 persen tergolong kedalam kategori “Sangat Tinggi”.
2. Dari keempat variabel yaitu produk, harga, promosi, dan saluran distribusi (tempat), variabel yang paling mendominasi terhadap keputusan pembelian Bakso Jagir Masjun adalah variabel produk dengan presentase sebesar 91,2 persen, menurut kategori interpretasi skor jumlah tersebut dapat tergolong ke dalam kategori “Sangat Tinggi”

#### **5.2 Saran**

1. Bakso Jagir Masjun harus tetap mempertahankan dan meningkatkan lagi produk bakso yang ditawarkan karena variabel produk memiliki pengaruh yang besar terhadap keputusan pembelian dibandingkan dengan variabel lain dengan persentase sebesar 91,2 persen. Untuk variabel harga ( $X_2$ ) dengan hasil persentase sebesar 67,6 persen, hal tersebut menunjukkan variabel harga paling lemah mempengaruhi keputusan pembelian. Oleh karena itu, untuk kedepannya Bakso Jagir Masjun harus dapat mengevaluasi ulang dalam menetapkan harga bakso yang ditawarkan

tersebut, karena sesuai dengan hukum permintaan semakin tinggi harga maka akan semakin turun permintaan, begitupun sebaliknya semakin turun harga maka akan semakin tinggi permintaan. Untuk variabel lain yaitu variabel promosi dan variabel saluran distribusi harus dapat mempertahankan dan lebih meningkatkan lagi strategi yang digunakan, promosi yang dilakukan harus lebih diperluas lagi seperti melakukan periklanan melalui brosur. Selain promosi, Saluran distribusi/tempat pun harus ditingkatkan lagi terutama pada fasilitas yang diberikan kepada konsumen agar konsumen merasa nyaman untuk melakukan pembelian pada Bakso Jagir Masjun.

2. Variabel yang paling dominan mempengaruhi keputusan pembelian Bakso Jagir Masjun yaitu variabel Produk ( $X_1$ ), menurut perhitungan pada BAB IV persentase yang diperoleh untuk variabel produk sebesar 91,2 persen dan dikategorikan kedalam “Sangat Tinggi”. Dengan persentase yang diperoleh tersebut Bakso Jagir Masjun harus dapat mempertahankan dan meningkatkan lagi strategi produk yang digunakan terutama untuk inovasi pada produk bakso yang ditawarkan.