

## BAB V

### PENUTUP

#### 4.1 Kesimpulan

Berdasarkan data yang telah didapatkan dalam penelitian di lapangan dan setelah diolah tentang pengaruh bauran pemasaran yang terdiri dari produk, harga, promosi, dan distribusi terhadap keputusan pembelian minuman di Laboratorium Home Agroindustri Model dapat di ambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Bauran pemasaran (X) yang terdiri dari produk ( $X_{1.1}$ ), harga ( $X_{1.2}$ ), promosi ( $X_{1.3}$ ), dan distribusi ( $X_{1.4}$ ) secara *simultan* berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian (Y) minuman di Laboratorium Home Agroindustri Model Malang.
2. Bauran pemasaran (X) yang terdiri dari produk ( $X_{1.1}$ ), harga ( $X_{1.2}$ ), promosi ( $X_{1.3}$ ), dan distribusi ( $X_{1.4}$ ) secara *parsial* berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian (Y) minuman di Laboratorium Home Agroindustri Model Malang.
3. Elemen produk ( $X_{1.1}$ ) berpengaruh dominan terhadap keputusan pembelian minuman di Laboratorium Home Agroindustri Model Malang.

#### 4.2 Saran

Saran-saran yang di ajukan sebagai bahan pertimbangan untuk perusahaan sebagai pemegang hak otoritas pengambil kepercayaan dan kebijakan yakni produk Agriseta dalam upaya peningkatan konsumen adalah sebagai berikut:

1. Strategi bauran pemasaran yang terdiri dari produk, harga, promosi, dan distribusi yang telah dilakukan oleh Laboratorium Home

Agroindustri Model Malang mempunyai pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian namun hal tersebut bukan berarti dapat dijadikan landasan bahwa kinerja selama ini telah efektif. Akan tetapi Laboratorium Home Agroindustri Model Malang harus tetap menjaga dan meningkatkan kualitas dan pelayanannya agar dapat memuaskan dan mempertahankan serta meningkatkan jumlah konsumennya.

2. Setelah dibuktikan bahwa elemen produk menjadi variabel dominan yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen, maka sebaiknya Laboratorium Home Agroindustri Model Malang lebih memperhatikan kualitas produk. Hal ini dikarenakan produk yang ditawarkan berupa minuman dan produk ini sangat bergantung pada selera konsumen dan *taste* yang ditawarkan serta persaingan yang sangat kuat, maka Laboratorium Home Agroindustri Model Malang harus terus berinovasi dan terus menjaga kualitas produknya.
3. Pada dasarnya sebuah usaha harus dimulai dari hal yang kecil, adanya kendala – kendala hanya sebagai masalah yang harus dicari solusinya dan diharapkan untuk terus mencoba serta berusaha dengan sebaik mungkin.