

## **BAB VI**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **6.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil dari pembahasan dan analisis, maka bisa disimpulkan sebagai berikut:

1. Faktor-faktor dalam *marketing mix* ada 7 faktor yaitu, produk, harga, promosi, tempat, orang, proses, bentuk fisik terhadap keputusan konsumen untuk membeli sala lauk Bu Eti. Dan setelah melakukan analisis 4 faktor yang sangat berpengaruh terhadap keputusan konsumen untuk membeli sala lauk Bu Eti yaitu, tempat, harga, proses dan produk.
2. Pertama data diolah dengan uji validitas dan reliabilitas, setelah mengetahui data valid dan reliabel penelitian dilanjutkan dengan uji analisis faktor. Setelah melakukan uji analisis faktor dilanjutkan dengan uji regresi berganda, untuk mengetahui hubungan variabel bebas dan variabel terikat. Dari 4 faktor yang di uji ada 2 faktor yang berpengaruh negatif terhadap variabel terikat yaitu faktor harga dan produk karena nilai signifikansi nya lebih besar dari  $>0,05$ .
3. Untuk pengujian Uji F kesimpulan yang didapatkan adalah semua variabel dikatakan bebas dan semua (simultan) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan konsumen untuk membeli sala lauk Bu Eti.
4. Untuk pengujian uji T dapat disimpulkan bahwasanya dari 4 faktor ada 2 persial (individu) yang tidak berpengaruh terhadap keputusan konsumen membeli sala lauk Bu Eti yaitu, faktor harga dan faktor produk, karena nilai signifikansi nya lebih besar dari 0,05 dan nilai Thitung nya lebi kecil  $<$  dari Ttabel.

#### **6.2 Saran**

Saran yang dapat penulis berikan sehubungan dengan penelitian ini di UMKM sala lauk Bu Eti adalah:

1. Produsen harus memperhatikan semua faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen yang membeli sala lauk di UMKM Bu Eti, seperti faktor yang telah di analisa menggunakan *marketing mix*, seperti faktor produk, faktor harga, faktor promosi, faktor tempat, faktor orang, faktor proses, dan faktor bentuk fisik.
2. Penelitian ini masih dapat dilanjutkan dengan melihat atau mencari variabel yang masih belum peneliti temukan dan menggunakan analisa dengan metode yang berbeda.
3. Penelitian ini hanya sebatas di UMKM sala lauk Bu Eti dengan 80 responden dan penelitian ini bisa di lanjutkan dengan kelompok responden yang lebih besar.