

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

1. Produk (*Product*) berpengaruh positif dan signifikansi terhadap minat beli konsumen
2. Harga (*Price*) berpengaruh positif dan signifikansi terhadap minat beli konsumen
3. Tempat (*Place*) berpengaruh positif dan signifikansi terhadap minat beli konsumen
4. Promosi (*Promotion*) berpengaruh positif dan signifikansi terhadap minat beli konsumen
5. Marketing Mix 4P (*Product, Price, Place, dan Promotion*) berpengaruh secara Simultan atau secara bersamaan terhadap Minat Beli Konsumen

B. Saran

Adanya kekurangan maupun keterbatasan dalam penelitian ini, maka penulis memberikan saran sebagai berikut :

1. Bagi Akademisi

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan bagi peneliti selanjutnya, karena topik yang diangkat masih banyak hal

yang perlu dikaji. Penulis menyarankan agar peneliti selanjutnya diharapkan menambah variabel-variabel lain yaitu *people* (orang), *Process* (Proses), *Physical Evidance* (bukti fisik) agar penelitian ini semakin berkembang untuk dunia akademisi kedepannya.

2. Bagi masyarakat

Penulis menyarankan bagi masyarakat untuk membeli produk lokal supaya umkm bisa berkembang dan memeberikan dampak perekonomian yang bagus untuk mereka dan untuk negara kita