

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti dan uraian dari bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Kualitas produk secara parsial berpengaruh terhadap minat beli produk Albaarasa di kota Bogor.
2. Promosi secara parsial berpengaruh terhadap minat beli produk Albaarasa di kota Bogor.
3. Kualitas produk dan promosi secara simultan berpengaruh terhadap minat beli produk Albaarasa di kota Bogor.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka upaya dalam meningkatkan minat beli produk Albaarasa, beberapa saran yang dapat diajukan sebagai berikut :

1. Bagi Pihak Perusahaan

Dalam penelitian ini, diharapkan Albaarasa lebih baik lagi dalam kualitas produk terutama dalam memperhatikan desain produk agar lebih menarik lagi di mata konsumen. Sebaiknya pemilik usaha produk Albaarasa menciptakan kemasan sendiri, dengan desain bermotif dan pilihan warna yang cerah untuk menarik minat beli konsumen yang dibuat harus menarik baik dari segi bentuk, ukuran termasuk desainnya. Desain produk

merupakan salah satu solusi dalam menarik perhatian konsumen karena berhadapan langsung dengan konsumen.

Selain memperhatikan desain produk, Albaarasa diharapkan juga dapat meningkatkan promosi terutama dalam jangkauan promosi agar konsumen di luar sana yang belum mengetahui produk Albaarasa, penjual harus lebih aktif lagi untuk mempromosikan produk Albaarasa seperti konsisten dalam menggugah produk Albaarasa di media sosial, membuat iklan di instagram agar jangkauannya bisa luas lagi, menggunakan aplikasi tiktok live untuk mempromosikan produk Albaarasa, dan bisa juga mengikuti bazar UMKM yang ada di Kota Bogor. Agar lebih di ketahui orang banyak seharusnya Albaarasa mendistribusikan produknya ke toko-toko kue terkenal seperti menitipkan ke toko kue michelle, Bogor permai bakery, dan toko kue lain yang ada di Bogor. Bisa dijadikan produk oleh-oleh bagi orang yang berasal dari luar kota Bogor. Hal tersebut agar konsumen dapat menjangkau produk dengan mudah dan cepat.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Demi keberlangsungan kemajuan ilmu pengetahuan manajemen pemasaran diharapkan peneliti selanjutnya dapat meneliti dengan variabel-variabel lain di luar variabel yang telah diteliti pada penelitian ini seperti, citra merek, harga, inovasi produk, kemasan, pelayanan, dan lain sebagainya. agar memperoleh hasil yang lebih bervariasi yang dapat berpengaruh terhadap minat beli.