

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Kesimpulan tentang pengaruh Produk, Promosi, harga, dan Lokasi terhadap minat beli pada Toko Margaria Batik Yogyakarta, adalah sebagai berikut :

1. Secara parsial, produk, promosi, harga, dan lokasi terhadap minat beli berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen Toko Margaria Batik Yogyakarta.
2. Secara simultan, produk, promosi, harga, dan lokasi terhadap minat beli berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen Toko Margaria Batik Yogyakarta.

B. Saran

Adapun saran-saran yang penulis sehubungan dengan hasil penelitian ini yaitu sebagai berikut;

1. Saran untuk perusahaan adalah sebaiknya perusahaan lebih memperhatikan kualitas produk, cara promosi, penentuan harga yang lebih kompetitif dari perusahaan lain dan juga harus memperhatikan letak lokasi dari perusahaan. Faktor-faktor inilah yang akan mempengaruhi minat beli dari konsumen.

2. Saran bagi peneliti adalah untuk peneliti selanjutnya alangkah baiknya lebih memperhatikan variabel lainnya seperti bukti fisik, orang dan proses untuk mengetahui pengaruh minat beli terhadap suatu perusahaan.
3. Produk, promosi, harga dan lokasi menjadi nilai yang sangat penting bagi suatu perusahaan. Kualitas produk yang baik disertai dengan cara promosi yang menarik dan juga harga yang kompetitif menjadi nilai lebih bagi minat beli konsumen terhadap apa yang ditawarkan oleh perusahaan tersebut. Selain itu juga lokasi yang strategis juga akan menjadi daya tarik bagi konsumen.