

## **BAB V**

### **SIMPULAN KETERBATASAN DAN SARAN**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil pembahasan pada bab-bab sebelumnya, maka simpulan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Iklan tidak berpengaruh terhadap minat beli konsumen produk Bakmi Mewah. Hipotesis alternatif ditolak dengan tingkat signifikansi sebesar  $0.334 > 0.05$  sehingga dapat dikatakan iklan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen.
2. Sampel produk memiliki pengaruh yang positif terhadap minat beli konsumen produk Bakmi Mewah. Hipotesis alternatif diterima dengan tingkat signifikansi sebesar  $0.02 < 0.05$  sehingga dapat dikatakan sampel produk berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen.
3. Harga tidak berpengaruh terhadap minat beli konsumen produk Bakmi Mewah. Hipotesis alternatif ditolak dengan signifikansi sebesar  $0.63 > 0.05$  sehingga dapat dikatakan harga tidak berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen.

#### **B. Keterbatasan**

Adapun keterbatasan dalam penelitian ini yaitu :

1. Penelitian kurang spesifik merancang pernyataan dari variabel iklan dan sampel produk

2. Hasil penelitian analisis deskriptif pada variabel iklan memiliki skor yang tinggi , namun hasil penelitian membahas bahwa iklan tidak berpengaruh terhadap minat beli konsumen.

### **C. Saran**

Adapun saran yang diusulkan adalah sebagai berikut:

1. Bagi Perusahaan

Berdasarkan hasil penelitian, sampel produk memiliki pengaruh positif terhadap minat beli konsumen pada produk Bakmi Mewah. Dari hasil penelitian, disarankan agar perusahaan Bakmi Mewah dapat meningkatkan keunggulan produk dengan menonjolkan lagi penyebaran di tempat-tempat keramaian dan terutama di area pasar tradisional guna untuk pengenalan produk Bakmi Mewah secara meluas, serta penambahan banner pada tiap-tiap toko atau kios yang menjual Bakmi Mewah dalam proses pengenalan produk dimasyarakat luas. Hasil penelitian menunjukkan bahwa iklan dan harga tidak berpengaruh terhadap minat beli konsumen, disarankan agar dilakukan strategi yang lebih efektif lagi pada variabel iklan dan harga sehingga dapat berpengaruh terhadap minat beli konsumen yaitu:

- a. Variabel iklan strateginya memberikan kesan yang menarik minat beli masyarakat yang menonjolkan penambahan varian produk yang dapat memberikan sensasi rasa yang beraneka ragam guna meningkatkan minat dari pembeli itu sendiri.

b. Variabel harga perusahaan dapat memanfaatkan strategi promosi seperti promo pembelian produk disertai kupon undian, memberikan potongan harga saat pembelian paket-paket tertentu, serta dapat juga menambahkan promosi seperti pemberian kaos, payung, pena ataupun produk Bakmi Mewah sebagai daya tarik konsumen. Ketentuan untuk promosi ini target perusahaan 100 dus produk Bakmi Mewah dimana 5% dari penjualan adalah dana untuk promosi. Event diadakan 1 bulan 1 kali saat malam minggu. dalam promosi ini dimana pembelian 5 box produk Bakmi Mewah mendapatkan kupon undian dan akan diundi langsung.

2. Bagi peneliti yang akan datang

Sebaiknya untuk peneliti yang akan datang dapat mengembangkan lagi indikator variabel operasional ataupun mengganti dimensi penelitian serta menambah jumlah variabel bebas lainnya seperti promosi penjualan, citra merek dan kualitas produk. Pada penelitian selanjutnya juga sebaiknya digunakan alat analisis yang berbeda sehingga hasil penelitian dapat dibandingkan.