

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

V.1 Simpulan

Berdasarkan analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan melalui analisis Partial Least Square (PLS) mengenai Pengaruh Harga dan Promosi Terhadap Minat Beli Minyak Goreng Kemasan Bimoli di Kelurahan Sukamaju Baru , maka didapatkan suatu kesimpulan sebagai berikut :

- a. Harga memberikan kontribusi sebesar 0,469 terhadap minat beli warga RW 015 di Kelurahan Sukamaju Baru, ini dapat dijelaskan karena konsumen minyak goreng Bimoli berada dikalangan menengah, sehingga besar kecilnya harga mempengaruhi minat beli minyak goreng Bimoli, sesuai dengan hipotesis yang dibuat oleh peneliti yaitu harga berpengaruh signifikan terhadap minat beli.
- b. Promosi memberikan kontribusi sebesar 0,359 terhadap minat beli warga RW 015 di Kelurahan Sukamaju Baru, hal ini dapat dijelaskan bahwa semakin gencarnya promosi yang dilakukan oleh minyak goreng Bimoli akan mempengaruhi minat beli konsumen. Sehingga hasil untuk variabel promosi sesuai dengan hipotesis yang dibuat oleh peneliti yaitu promosi berpengaruh signifikan terhadap minat beli.
- c. Secara simultan harga dan promosi berpengaruh signifikan terhadap minat beli dengan kontribusi sebesar R^2 0,617, hal ini dijelaskan bahwa semakin baik harga yang ditawarkan dan semakin gencar promosi yang dilakukan oleh minyak goreng Bimoli akan mempengaruhi minat beli konsumen.

V.2 Saran

Berdasarkan uraian kesimpulan di atas, maka penulis dapat memberikan saran sebagai berikut:

- a. Berdasarkan dari uraian di atas harga merupakan salah satu penyebab yang dapat mempengaruhi minat beli konsumen, maka perusahaan Bimoli dapat mempertimbangkan penetapan harga minyak goreng Bimoli

dipasaran atau pada tingkat ritel dengan melakukannya efisiensi pada biaya distribusi, dan menekan biaya produksi minyak goreng Bimoli sehingga menciptakan harga yang sesuai dengan keinginan konsumen.

- b. Pada promosi peneliti menyarankan perusahaan Bimoli untuk terus meningkatkan promosinya melalui *personal selling* dan media elektronik karena pada saat ini konsumen telah menggunakan sarana elektronik sebagai media informasi, dengan demikian perusahaan Bimoli dapat menginformasikan produknya untuk menarik minat beli.
- c. Disarankan untuk penelitian selanjutnya agar dapat memperluas dan menggali variabel lainnya sebesar 38,3% tersebut yang belum termasuk dalam variabel harga dan promosi.

