

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil dan pembahasan pada penelitian, maka peneliti dapat menarik beberapa kesimpulan yaitu sebagai berikut:

1. Variabel Produk berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen pada bibit tanaman buah.
2. Variabel Harga berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen pada bibit tanaman buah.
3. Variabel Distribusi berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen pada bibit tanaman buah.
4. Variabel Promosi tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen pada bibit tanaman buah.
5. Secara simultan variabel produk, harga, distribusi dan promosi berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen pada bibit tanaman buah.

#### **B. Saran**

Saran yang diberikan dalam melakukan penelitian ini antara lain adalah sebagai berikut:

- a. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa pada variabel produk berpengaruh positif dalam minat beli konsumen oleh karena itu, penjual bibit tanaman buah disarankan untuk menciptakan produk yang berkualitas, menetapkan harga sesuai dengan produk yang ditawarkan, sehingga akan terciptanya minat beli konsumen.

- b. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa pada variabel harga berpengaruh positif dalam minat beli konsumen oleh karena itu, penjual bibit tanaman buah disarankan untuk menetapkan harga beli bibit tanaman buah yang sesuai dengan kualitas bibit tanaman, sehingga konsumen tidak akan merasa kecewa jika membeli produk yang lebih tinggi harganya tetapi mempunyai bibit tanaman yang berkualitas baik.
- c. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa pada variabel distribusi berpengaruh positif dalam minat beli konsumen oleh karena itu, penjual bibit tanaman buah harus bisa melakukan distribusi yang baik dan lancar didukung dengan kesiapan memproduksi hasil produksi yang ingin menjual produk antar kabupaten atau kota, karena apabila hasilnya terdistribusikan keluar kabupaten atau kota maka akan banyak yang mengenal produknya dan permintaan produk akan semakin banyak.
- d. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa pada variabel promosi tidak berpengaruh positif terhadap minat beli konsumen oleh karena itu, penjual bibit tanaman buah disarankan untuk menciptakan strategi promosi yang lebih baik untuk lebih banyak menarik minat beli konsumen di lingkungan sekitar dan dilingkungan daerah. Dengan adanya strategi promosi yang baik akan menciptakan minat beli konsumen.
- e. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa pada variabel produk, harga, distribusi dan promosi secara simultan berpengaruh positif terhadap minat beli konsumen, diharapkan penjual bibit tanaman

buah terus meningkatkan kualitas dari segi produk, harga, distribusi dan promosi untuk membantu meningkatkan pembelian, sehingga konsumen semakin banyak yang datang dan meningkatkan omset penjualan serta pembisnis tetap bisa bersaing dan tentunya konsumen yang membeli bibit tanaman buah akan terus mengalami peningkatan.