

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan pada penelitian (Analisis Strategi Pemasaran *Online*, Kualitas Produk dan Lokasi Terhadap Minat Beli konsumen Pada Ok Pukat (Survei Pada Konsumen Produk Ok Pukat di Kuningan) menghasilkan kesimpulan sebagai berikut:

1. Dari hasil pengujian simultan antara seluruh variabel bebas dengan variabel minat beli dapat ditarik kesimpulan bahwa pemasaran online, kualitas produk, dan lokasi secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli produk Ok Pukat. Merupakan nilai yang mampu menjelaskan minat beli dari ketiga variabel bebas yakni pemasaran *online*, kualitas produk, dan lokasi. Artinya masing-masing variabel mampu bersama-sama dapat meningkatkan minat beli
2. Dari hasil pengujian antara variabel pemasaran *online* dengan variabel minat beli dapat ditarik kesimpulan bahwa pemasaran online secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli produk Ok Pukat. Artinya semakin efektif Pemasaran Online akan meningkatkan minat beli konsumennya.
3. Dari hasil pengujian antara variabel kualitas produk dengan variabel minat beli dapat ditarik kesimpulan bahwa kualitas produk secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli produk Ok Pukat. Artinya Semakin kualitas produk maka semakin tinggi minat beli.
4. Dari hasil pengujian antara variabel lokasi dengan variabel minat beli dapat ditarik kesimpulan bahwa lokasi secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli produk Ok Pukat. Artinya semakin strategis lokasi toko akan meningkatkan minat beli.

## 5.2 Saran

Berdasarkan diperolehnya hasil penelitian, dilakukannya pembahasan dan kesimpulan seperti diatas, berikut merupakan beberapa saran yang dapat dikemukakan peneliti yang ditujukan kepada perusahaan dan peneliti selanjutnya:

1. Respon angket terendah variabel pemasaran *online* yaitu item angket nomor 9 (Sebagai pelanggan saya aktif berpartisipasi untuk menyebarkan informasi terhadap produk Ok Pukat ke pihak lain). Oleh karena itu untuk meningkatkan minat beli berdasarkan variabel pemasaran online diusahakan Perusahaan Ok Pukat yang ada di kota Kuningan untuk melakukan informasi tentang promosi dan pembelian pada setiap outletnya dan juga dilakukan pada media sosial. Hal ini akan meningkatkan pemasaran online semakin baik bagi konsumen.
2. Respon angket terendah pada variabel kualitas produk yaitu item angket nomor 1 (Saya merasa bentuk, ukuran, wujud atau struktur fisik produk OK Pukat sangat baik). Oleh karena itu untuk meningkatkan minat beli berdasarkan kualitas produk diusahakan Ok Pukat harus membuat atau menyediakan produk ukuran atau wujud yang baik agar bisa memuaskan konsumen.
3. Respon angket terendah pada variabel lokasi yaitu item angket nomor 6 (Menurut saya petugas parkir pada toko Ok Pukat cukup ramah). Oleh karena itu untuk meningkatkan minat beli berdasarkan variabel lokasi diusahakan Perusahaan Ok Pukat untuk lebih melakukan pelayanan petugas parkir lebih baik dan tetap harus bisa menjaga pelayanannya agar konsumen yang membeli produk Ok Pukat memuaskan
4. Pihak perusahaan harus menjaga serta selalu menjadi mempunyai popularitas di kalangan masyarakat pengguna produk Ok Pukat.
5. Bagi peneliti lain yang berminat untuk melanjutkan penelitian ini dapat menambahkan variabel lain yang berpengaruh terhadap minat beli dan menambah jumlah sampel penelitian. Faktor lain yang dapat

mempengaruhi minat beli diantaranya desain packaging, promosi penjualan, dan keunggulan rasa.