

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang dilakukan untuk mengetahui pengaruh variasi produk, harga, dan *digital marketing* terhadap minat beli konsumen, peneliti menyimpulkan sebagai berikut:

1. Variasi Produk, Harga, dan *Digital Marketing* secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen di Mokopi Ciawigebang.
2. Variasi Produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli Konsumen. Artinya, semakin beragam produk yang ditawarkan Mokopi Ciawigebang, semakin tinggi minat beli konsumen.
3. Harga memiliki pengaruh signifikan terhadap Minat Beli Konsumen. Artinya, semakin terjangkau dan kompetitif harga yang ditawarkan, serta sesuai dengan manfaat dan nilai yang diperoleh, semakin tinggi minat beli konsumen di Mokopi Ciawigebang.
4. *Digital Marketing* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli Konsumen. Artinya, strategi *digital marketing* yang efektif dapat meningkatkan minat beli konsumen di Mokopi Ciawigebang.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian tentang pengaruh Variasi Produk, Harga, dan Digital Marketing terhadap Minat Beli Konsumen pada Mokopi Ciawigebang, peneliti memberikan beberapa saran sebagai berikut:

- a. Bagi Perusahaan
 1. Berdasarkan hasil kuesioner yang diberikan kepada 100 responden konsumen Mokopi Ciawigebang, indikator kelengkapan produk pada variabel Variasi Produk memiliki skor terendah. Oleh karena itu, perusahaan perlu meningkatkan ketersediaan semua jenis produk yang ditawarkan kepada konsumen.
 2. Berdasarkan hasil kuesioner yang diberikan kepada 100 responden

konsumen Mokopi Ciawigebang, indikator potongan atau diskon harga pada variabel Harga memiliki skor terendah. Artinya, memberikan potongan atau diskon harga yang lebih menarik dapat meningkatkan minat konsumen untuk berbelanja di Mokopi Ciawigebang.

3. Berdasarkan hasil kuesioner yang diberikan kepada 100 responden konsumen Mokopi Ciawigebang, indikator social media marketing pada variabel Digital Marketing memiliki skor terendah. Maka, Mokopi Ciawigebang perlu lebih kreatif dalam strategi pemasaran di media sosial untuk meningkatkan daya tarik konsumen.
 4. Berdasarkan hasil kuesioner yang diberikan kepada 100 responden konsumen Mokopi Ciawigebang, indikator minat eksploratif pada variabel Minat Beli Konsumen memiliki skor terendah. Oleh karena itu, Mokopi Ciawigebang dapat memperluas jangkauan konsumennya dan memastikan respons yang cepat dan tepat terhadap keluhan konsumen.
- b. Bagi Peneliti Selanjutnya
- Mengingat keterbatasan dalam penelitian ini, perlu dilakukan penelitian lebih lanjut, luas, dan mendalam di masa mendatang. Peneliti selanjutnya disarankan untuk tidak hanya meneliti variabel variasi produk, harga, digital marketing, dan minat beli konsumen, tetapi juga menambahkan variabel independen lain yang dapat memperkuat pengaruh terhadap minat beli konsumen.