

BAB V SIMPULAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dianalisis maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Karakteristik umum konsumen ayam ras pedaging pada Mulyo Pitik yang memiliki persentase terbanyak berdasarkan jenis kelamin yaitu perempuan sebanyak 59%, rentang usia 31 – 40 tahun dengan persentase sebesar 37%, pendidikan terakhir ditempuh pada SMA sebesar 59%, pekerjaan dengan persentase terbanyak yaitu pegawai/karyawan swasta sebesar 46%, berdasarkan status pernikahan yang sudah menikah berjumlah 88 orang dengan persentase 88%, berdasarkan domisili persentase terbesar berasal dari responden yang berdomisili di Kecamatan Cibitung dengan persentase 53%.
2. Secara simultan faktor produk, harga, lokasi, dan promosi berpengaruh signifikan terhadap variabel keputusan pembelian daging ayam ras di Mulyo Pitik. Secara parsial terdapat dua faktor yang berpengaruh signifikan terhadap variabel keputusan pembelian daging ayam ras di Mulyo Pitik yaitu faktor produk dan harga, sedangkan faktor lokasi dan promosi tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel keputusan pembelian daging ayam ras di Mulyo Pitik.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian maka saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut:

1. Mulyo Pitik perlu memastikan kualitas ayam ras pedaging yang mereka jual selalu baru agar konsumen yang membelinya merasa puas, diharapkan mampu mempertahankan harga agar konsumen tetap memilih untuk membeli produk di Mulyo Pitik, perlu meningkatkan strategi promosi dengan membuat suatu promosi yang lebih menarik dengan menggunakan media-media yang mudah diakses oleh konsumen.

-
2. Bagi peneliti selanjutnya disarankan untuk dapat mengambil objek penelitian yang lain dan menggunakan analisis data yang berbeda, sehingga dapat menambah pengetahuan.