

BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

Simpulan yang dapat diambil dari hasil penelitian dan pembahasan terkait produk, harga, promosi terhadap keputusan pembelian konsumen pada Katering Dapoer Uni Elvy di Bandung sebagai berikut:

1. Gambaran produk, harga, promosi dan keputusan pembelian pada Katering Dapoer Uni Elvy berada pada kategori baik. Strategi produk, harga, promosi yang diterapkan terbukti berpengaruh positif dan signifikan dalam mendorong konsumen untuk mengambil keputusan pembelian, meskipun aspek promosi masih perlu ditingkatkan agar lebih optimal dalam menarik minat pasar.
2. Disimpulkan bahwa produk, harga, promosi yang berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada Katering Dapoer Uni Elvy di Kota Bandung. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik penerapan strategi bauran pemasaran, maka semakin tinggi keputusan pembelian konsumen.

5.2 Implikasi

Berdasarkan hasil penelitian, membuktikan bahwa apabila produk, harga, promosi menurun maka akan berimplikasi terhadap menurunnya keputusan pembelian konsumen di Katering Dapoer Uni Elvy hal ini di tunjukan masih terdapat dimensi yang memperoleh skor rendah yaitu dimensi promosi, rendahnya dimensi dikarenakan masih terdapat indikator yang memiliki nilai rendah hal ini harus untuk itu indikator tersebut harus membaiki dan di tingkatkan.

5.3 Rekomendasi

1. Rendahnya dimensi promosi masih rendah yang memiliki indikator yaitu aktivitas periklanan dan promosi penjualan untuk meningkatkan keputusan pembelian konsumen, Dapoer Uni Elvy rekomendasikan untuk memperkuat strategi promosi khususnya di media sosial dengan menghadirkan konten yang lebih kreatif, konsisten, dan interaktif agar mampu meningkatkan

brand awareness. Selain itu dapat memanfaatkan iklan berbayar untuk menjangkau target pasar yang lebih spesifik, menjalankan program loyalitas atau referral untuk menjaga pelanggan tetap, serta menjalin kolaborasi dengan komunitas atau influencer lokal guna memperluas jangkauan promosi. Evaluasi rutin terhadap efektivitas strategi pemasaran juga penting dilakukan agar Dapoer Uni Elvy dapat beradaptasi dengan tren pasar dan persaingan yang dinamis.

2. Rekomendasikan terhadap penelitian berikutnya dilakukan pada lembaga atau usaha berbeda, seperti restoran atau UMKM lain, sehingga hasilnya lebih luas, variatif, dan dapat memperkaya pemahaman tentang pengaruh bauran pemasaran terhadap keputusan pembelian konsumen.