

BAB V

PENUTUP

1.1.Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis dan pembahasan hasil penelitian, maka kesimpulan yang dapat diambil dalam penelitian ini adalah:

1. Hubungan harga terhadap kinerja pemasaran pada UMKM warung kopi on mada di Rantauprapat terbukti signifikan.
2. Hubungan lokasi terhadap kinerja pemasaran pada UMKM warung kopi on mada di Rantauprapat terbukti signifikan.
3. Hubungan promosi terhadap kinerja pemasaran pada UMKM warung kopi on mada di Rantauprapat terbukti signifikan.
4. Hubungan kualitas produk terhadap kinerja pemasaran pada UMKM warung kopi on mada di Rantauprapat terbukti signifikan
5. Hubungan harga, Lokasi, promosi dan kualitas produk terhadap kinerja pemasaran pada UMKM warung kopi on mada di Rantauprapat terbukti signifikan

1.2.Saran

Saran pengaruh harga, lokasi, promosi, dan kualitas produk terhadap kinerja pemasaran pada UMKM warung kopi on mada sangat penting untuk diperhatikan. Pertama, harga yang kompetitif dapat menarik lebih banyak pelanggan, sehingga meningkatkan penjualan. Kedua, lokasi yang strategis akan memudahkan akses bagi konsumen dan meningkatkan visibilitas warung kopi. Ketiga, promosi yang efektif dapat menarik pelanggan baru. Terakhir, kualitas

produk yang baik akan menciptakan kepuasan pelanggan dan mendorong mereka untuk kembali. Dengan memperhatikan keempat faktor ini, UMKM warung kopi on mada dapat meningkatkan kinerja pemasaran mereka secara signifikan.

Bagi peneliti selanjutnya, peneliti menyarankan untuk lebih memperluas cakupan peneliti, baik dari sisi variabel yang diteliti berdasarkan permasalahan yang ditemukan dilapangan, maupun luas area yang diteliti agar penelitian tentang kinerja pemasaran semakin meluas dan dapat bermanfaat bagi peningkatan UMKM.