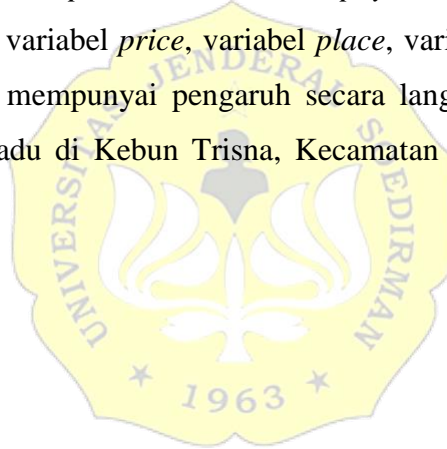


V. KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian serta pembahasan yang telah diuraikan pada bab sebelumnya, maka dapat diambil kesimpulan bahwa variabel *promotion* dan variabel *people* signifikan, berarti variabel *promotion* dan variabel *people* mempunyai pengaruh secara langsung terhadap keputusan pembelian belimbing madu di Kebun Trisna, Kecamatan Langensari, Kota Banjar, Jawa Barat. Sedangkan variabel *product*, variabel *price*, variabel *place*, variabel *process* dan variabel *physical evidence* tidak signifikan, berarti variabel *product*, variabel *price*, variabel *place*, variabel *process* dan variabel *physical evidence* tidak mempunyai pengaruh secara langsung terhadap keputusan pembelian belimbing madu di Kebun Trisna, Kecamatan Langensari, Kota Banjar, Jawa Barat.



B. Saran

Berdasarkan hasil yang telah disimpulkan diatas, untuk pengembangan Kebun Trisna penulis memberikan saran sebagai berikut:

1. Bagi Kebun Trisna hendaknya lebih memperhatikan bukti fisik yang dapat menciptakan tampilan yang indah dan menarik pada Kebun Trisna. Serta lebih meningkatkan promosi untuk menarik minat pembelian konsumen di Kebun Trisna melalui media cetak seperti menggunakan brosur atau poster dan media elektronik seperti menggunakan instagram, *facebook* dan *website*.
2. Bagi karyawan hendaknya selalu tanggap dengan segala kebutuhan pengunjung secara lebih cepat dan tepat, baik dalam memberikan bantuan yang dibutuhkan, khususnya untuk pengunjung yang merasa kesulitan dalam memilih produk agar mereka mendapatkan kepuasan atas jasa yang diberikan dan akan melakukan pembelian ulang.
3. Sebaiknya Kebun Trisna mempunyai manajemen pemasaran yang lebih berkembang lagi, agar manajemen pemasaran di Kebun Trisna bisa lebih maju.

