

V. KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Indikator bauran pemasaran yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen sirup parijoto adalah semua atribut yang termasuk ke dalam kuadran I yaitu mutu kemasan botol, harga terjangkau, website perusahaan, lokasi dekat dengan kota, lokasi mudah terlihat, serta fasilitas parkir dan kuadran II yaitu kualitas produk (cita rasa, aroma, tekstur, warna), citra nama merek baik, variasi ukuran kemasan botol, harga sesuai kualitas, promosi melalui *instagram*, promosi melalui *event*, kelengkapan informasi produk, pengetahuan karyawan tentang parijoto, serta ketersediaan stok karena memiliki tingkat kepentingan lebih tinggi dibandingkan atribut lain.
2. Tingkat kepentingan bauran pemasaran menunjukkan kepentingan dari yang tertinggi ke terendah adalah *product* (kualitas produk), *price* (harga sesuai kualitas), *physical evidence* (fasilitas parkir), *people* (pengetahuan karyawan tentang parijoto), *promotion* (promosi melalui *event*), *place* (lokasi dekat dengan kota), dan *process* (ketersediaan stok).
3. Tingkat kepuasan konsumen sirup parijoto CV Seleksi Alam Muria menunjukkan sebesar 70,12% yang berarti secara keseluruhan konsumen sirup parijoto merasa puas.
4. Strategi bauran pemasaran yang dapat dipertimbangkan utama adalah mempertahankan kualitas produk (*product*), memberikan harga sesuai kualitas (*price*), membuka lokasi gerai yang lebih luas (*physical evidence*), aktif dan konsisten melakukan promosi, terutama yang diselenggarakan di dekat pusat kota dan kesempatan dari yayasan KBN (*promotion*), menciptakan relasi distribusi produk yang lebih luas (*place*).

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka saran yang dapat peneliti berikan adalah sebagai berikut:

1. Bagi penelitian yang akan datang, penelitian ini dapat dikembangkan dengan menjabarkan lebih rinci mengenai bauran pemasaran produk yang meliputi sertifikasi produk terhadap kepuasan konsumen. Selain itu, penelitian dengan topik penelitian yang berbeda mengenai produk sirup parijoto seperti studi analisis kelayakan usaha, dan manajemen risiko usaha sirup parijoto.
2. Bagi agroindustri sirup parijoto CV Seleksi Alam Muria, diharapkan mampu mempertahankan atribut-atribut bauran pemasaran yang menjadi kekuatan usaha sirup parijoto, seperti kualitas produk, citra nama merek, melakukan promosi melalui media sosial dan menghadiri acara pameran. Pihak agroindustri dapat terus tumbuh dan berkembang usaha sirup parijoto dengan beberapa alternatif strategi yang dapat dipertimbangkan.
3. Bagi pemerintah, diharapkan dapat meningkatkan dukungannya terhadap tanaman potensi lokal di pegunungan muria yaitu buah parijoto (*Medinilla speciosa*) dengan memberdayakan petani-petani parijoto dan pelaku UMKM produk olahan parijoto seperti sirup parijoto agar dikenal masyarakat luas dan menaikkan eksistensi dari parijoto sebagai ciri khas produk dari Desa Colo, Kecamatan dawé, Kabupaten Kudus.