

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dilapangan dengan menyebarkan angket (kuesioner) sebanyak 67 konsumen sirup pala di nagari Kapujan Kecamatan Bayang dan dengan menggunakan metode distribusi frekuensi mengenai 5 besar faktor dominan yang mempengaruhi minat beli konsumen. Dapat diambil kesimpulan, bahwa dari 19 variabel yang menjadi faktor pertimbangan minat beli bagi konsumen terhadap sirup pala di nagari kapujan

Terdapat 5 faktor-faktor yang paling dominan, yaitu: 1) Faktor produk dengan frekuensi 55 (82,08%) 2) Faktor keluarga dengan frekuensi 19 (28,35%). 3) Faktor sub budaya dengan frekuensi 16 (23,88%. 4) Faktor lokasi dengan frekuensi 19 (28,35%). 5) Faktor kepercayaan dan sikap frekuensi 18 (26.86%).

B. Saran

Dari hasil penelitian ini didasarkan, peneliti hanya melihat dari sudut pandang faktor *marketing mix*, faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi, dan faktor psikologis mempengaruhi minat beli konsumen terhadap sirup pala kelompok bayang bungo indah mengenai faktor-faktor yang dominan di Nagari Kapujan dan diharapkan bagi peneliti selanjutnya mencari variabel-variabel peneliti lain, agar produk sirup pala ini lebih menarik dan lebih dikenal lagi oleh konsumen yang luas.