

VI. KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Penilaian responden terhadap perilaku konsumen dan bauran pemasaran 4P (produk, harga, tempat dan promosi) keripik pisang di Kota Metro didapat dari hasil analisis deskriptif yang dilakukan. Hasilnya menunjukkan bahwa lima skor rata-rata tertinggi berada pada indikator gaya hidup (3,29), keluarga (3,29), kebiasaan mengkonsumsi (3,27), keamanan kemasan (3,27), daya beli konsumen (3,27) dari skor maksimal 4 dan penilaian responden terendah berada pada variabel indikator tempat tinggal dengan skor rata-rata 2,40.
2. Faktor dominan dalam keputusan pembelian keripik pisang di Kota Metro adalah gaya hidup, harga terjangkau, bentuk dan variasi rasa. Faktor harga terjangkau merupakan faktor dominan tertinggi dengan *faktor loading* 0.924, ke dua adalah faktor bentuk dengan *faktor loading* 0.778, dan ke tiga adalah faktor gaya hidup dengan *faktor loading* 0.689 dan ke empat faktor variasi rasa dengan *faktor loading* 0.686.

3. Strategi pemasaran berdasarkan perilaku pembelian adalah:
 - a. Memanfaatkan harga produk yang terjangkau untuk menciptakan citra produk yang baik di mata konsumen.
 - b. Meningkatkan *skill* dan penguasaan teknologi untuk meningkatkan citra produk.
 - c. Memperluas wilayah pemasaran produk ke wilayah yang potensial dan belum pernah dijangkau oleh pesaing.
 - d. Memanfaatkan produk sebagai makanan khas daerah untuk mendapatkan peluang pasar yang besar.
 - e. Meningkatkan daya dukung dana yang rendah dengan memanfaatkan daya dukung dari Pemerintah Kota Metro.

B. Saran

Saran yang dapat diberikan adalah :

1. Bagi Pemerintah Kota Metro yaitu memberikan pembinaan, pelatihan dan modal dalam proses produksi guna meningkatkan skill dan penguasaan teknologi agar mampu bersaing dengan pesaing industri sejenis.
2. Bagi pelaku usaha yaitu meningkatkan kegiatan promosi dan memanfaatkan peluang pasar dengan meningkatkan variasi bentuk dan variasi rasa produk untuk menarik konsumen baru.

3. Untuk peneliti lain, agar dapat mengembangkan strategi pemasaran keripik pisang menggunakan analisis SWOT berdasarkan 7P (*produk, price, promotion, place, people, process, physical evidence*).
4. Peran para penyuluh setempat agar dapat membantu meningkatkan *skill* dan keterampilan bagi para pelaku dengan memberikan pembinaan secara terus menerus tentang cara teknis pengolahan hasil. Selain itu para penyuluh perlu meningkatkan kerjasama dengan dinas terkait sebagai bentuk dukungan bagi perkembangan industri keripik pisang di Kota Metro.