V. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan dari hasil penelitian penulis, maka kesimpulan yang didapat yaitu sebagai berikut:

1. Bauran pemasaran (*Marketing Mix*) yang diterapkan oleh agroindustri Ilham menurut tanggapan konsumen dari aspek produk dan aspek promosi adalah baik, hanya aspek harga dan aspek distribusi dengan kategori cukup baik.
2. Secara parsial biaya produk, promosi dan biaya distribusi berpengaruh secara signifikan terhadap volume penjualan keripik tempe pada agroindustri Ilham.

5.2 Saran

Berdasarkan dari hasil penelitian penulis, maka disini penulis bermaksud memberikan saran yang bermanfaat bagi pihak agroindustri Ilham maupun pihak lainnya, sebagai berikut:

1. Berdasarkan kesimpulan pertama, Pihak agroindustri Ilham hendaknya melakukan peningkatan dan perbaikan pada kualitas produk, terutama pada ukuran dan aroma, menetapkan harga yang relatif sama dengan harga pasar, mengalokasikan dana khusus untuk kegiatan promosi, serta melakukan kerjasama dengan perusahaan-perusahaan atau pihak-pihak yang terkait yang nantinya mampu mendukung pendistribusian produk.

2. Berdasarkan kesimpulan kedua, pihak agroindustri sebaiknya lebih memperhatikan biaya produk dan biaya promosi. Pada distribusi, agroindustri sebaiknya lebih memperhatikan penggunaan alat transportasi agar lebih efektif dan tidak mengeluarkan biaya yang banyak sehingga produk keripik tempe dapat di distribusikan secara efektif hingga menjangkau pasaran yang lebih luas lagi.