

BAB 5

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan peneliti, dapat disimpulkan dari beberapa uji yang telah dilaksanakan terkait pengaruh bauran pemasaran terhadap keputusan pembelian di Pangsit Goreng Mala Harapan Indah:

1. Dari hasil statistik deskriptif dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel produk memiliki rata-rata tertinggi. Rata-rata kedua terbesar setelah produk adalah harga yang kemudian disusul oleh lokasi. Rata-rata terendah terdapat pada variabel promosi dimana berarti pembeli saat ini yang memutuskan membeli memang karena menyukai produk yang ditawarkan Pangsit Goreng Mala Harapan Indah
2. Melalui uji pearson korelasi didapatkan bahwa ada hubungan yang kuat antara produk dan harga terhadap keputusan pembelian dengan nilai korelasi pearson masing-masing 0.703 dan 0.676. Didapati juga bahwa promosi dan lokasi memiliki hubungan yang sedang terhadap keputusan pembelian dengan nilai masing-masing 0.430 dan 0.503.
3. Berdasarkan uji pearson korelasi antar variabel independen terhadap variabel dependen dan didapatkan variabel produk paling berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Pangsit Goreng Mala Harapan Indah. Sedangkan variabel promosi memiliki hubungan yang paling rendah terhadap keputusan pembelian di Pangsit Goreng Mala Harapan Indah dibandingkan 3 variabel independen lainnya.
4. Dari hasil uji koefisien determinan, didapatkan nilai R^2 sebesar 0,588. Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa bauran pemasaran berpengaruh terhadap keputusan pembelian sebesar 58.8%.

5.2 Saran

Dalam kesempatan ini, peneliti memberikan saran yang dapat dipergunakan dalam kemajuan baik bagi Pangsit Goreng Mala Harapan Indah ataupun bagi peneliti lain kedepannya:

1. Bagi Pangsit Goreng Mala Harapan Indah, Bekasi

Diharapkan dapat mempertahankan kedepannya dari segi produk dan harga. Untuk segi promosi dan lokasi bisa di tingkatkan lagi guna menarik calon pelanggan untuk memutuskan membeli produk Pangsit Goreng Mala Harapan Indah, terutama promosi yang masih kurang. Disarankan untuk membuka penerimaan anak magang mengurus media sosial guna menghemat biaya. Jika keempat variabel tersebut sudah bisa dikatakan stabil ada baiknya untuk melakukan pengembangan dari segi produk dan harga serta promosi dan lokasi juga dapat menyusul.

2. Bagi peneliti selanjutnya

Diharapkan peneliti kedepannya yang memiliki judul serupa dapat melakukan penelitian pengembangan yang lebih baik lagi. Peneliti selanjutnya juga diharapkan dapat melakukan penelitian serupa dengan lebih sempurna serta menambah metode analisa guna mendapatkan informasi yang lebih banyak dan detail. Pengaruh 42.2% lainnya dapat dicari tahu.