

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

1.1. Kesimpulan

Kesimpulan yang dapat ditarik dari hasil uji regresi dapat kita lihat bahwa dari ketujuh variabel yaitu produk, harga, promosi, tempat, orang, bukti fisik dan proses, yang lebih dominan berpengaruh pada keputusan pembelian yaitu variabel tempat, bukti fisik dan promosi. Karena tempat yang strategis dan dekat dengan kota memberikan pengaruh signifikan pada keputusan pembelian pada Swalayan Saudara Jepara. Dan fasilitas yang lengkap akan memberikan rasa kepuasan tersendiri bagi pembeli serta promosi yang dilakukan akan menambah value pada penjualan. Hasil dari Penelitian dan pembahasan adalah sebagai berikut:

1. Ada pengaruh negative dan signifikan antara produk terhadap keputusan pembelian pada Swalayan Saudara Jepara. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji hipotesis secara parsial diketahui nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$, berarti diharapkan pihak Swalayan untuk lebih melengkapi produk yang ditawarkan agar lebih bervariasi dan dapat menarik pelanggan sebanyak mungkin untuk mengambil keputusan berbelanja di Swalayan Saudara Jepara.
2. Ada pengaruh negative dan signifikan antara harga terhadap keputusan pembelian pada Swalayan Saudara Jepara. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji hipotesis secara parsial diketahui nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$, berarti diharapkan agar pihak Swalayan untuk memberikan harga yang sesuai dengan kualitas, semakin harga yang diberikan sesuai kualitas dan memberikan diskon disetiap even akan mempengaruhi keputusan pembelian pada Swalayan Saudara Jepara.

3. Ada pengaruh positif dan signifikan antara promosi dengan keputusan pembelian pada Swalayan Saudara Jepara. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji hipotesis secara parsial diketahui nilai thitung $>$ ttabel, berarti semakin sering Swalayan menayangkan iklan lewat media social, sepanduk, dan radio akan membantu masyarakat untuk mengetahui promosi yang diadakan Swalayan akan mempengaruhi keputusan pembelian pada Swalayan Saudara Jepara.
4. Ada pengaruh positif dan signifikan antara tempat terhadap keputusan pembelian pada Swalayan Saudara Jepara. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji hipotesis secara parsial diketahui nilai thitung $>$ ttabel, berarti semakin strategis tempat akan semakin memudahkan konsumen untuk mengambil keputusan untuk membeli di Swalayan Saudara Jepara.
5. Ada pengaruh positif dan signifikan antara orang terhadap keputusan pembelian pada Swalayan Saudara Jepara, hal ini dibuktikan dengan hasil uji hipotesis secara parsial diketahui nilai thitung $>$ ttabel, berarti semakin karyawan ramah dalam melayani maka akan mempengaruhi konsumen untuk mengambil keputusan membeli pada Swalayan Saudara Jepara.
6. Ada pengaruh negative dan signifikan antara bukti fisik terhadap keputusan pembelian pada Swalayan Saudara Jepara. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji hipotesis secara parsial diketahui nilai thitung $<$ ttabel, berarti diharapkan Swalayan untuk melakukan kroscek pada pengatur suhu, kebersihan serta kerapian konter agar konsumen nyaman dalam memilih produk akan mempengaruhi masyarakat untuk mengambil keputusan membeli pada Swalayan Saudara Jepara.
7. Ada pengaruh negative dan signifikan antara proses terhadap keputusan pembelian pada Swalayan Saudara Jepara. Hal ini dibuktikan dengan hasi uji hipotesis secara

parsial diketahui nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$, berarti semakin proses pelayanan yang diberikan Swalayan jelas dalam arti pengembalian barang waktunya jelas akan mempengaruhi konsumen untuk mengambil keputusan membeli di Swalayan Saudara Jepara.

8. Ada pengaruh positif dan signifikan secara simultan antara ketujuh variabel Produk, Harga, Promosi, Tempat, Orang, Bukti fisik dan Proses terhadap keputusan pembelian pada Swalayan Saudara Jepara. Artinya secara bersama-sama ketujuh variabel berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada Swalayan Saudara Jepara.

1.2. Saran

Dari kesimpulan hasil penelitian diatas, maka disarankan:

- 1.2.1. Bagi produsen hendaknya memperhatikan kualitas, walaupun harga mahal tetapi kenyamanan harus dirasakan konsumen sehingga sesuai atau sepadan dengan apa yang diperoleh konsumen. Dengan demikian konsumen tetap senang memakai produk Swalayan selain itu untuk menjaga konsumen agar melakukan pembelian kembali ke Swalayan sebagai peningkatan pelanggan berbelanja di Swalayan Saudara Jepara.
- 1.2.2. Bagi konsumen, hendaknya lebih berhati-hati dalam melakukan pembelian produk di Swalayan dan jangan hanya tertarik dengan

tempat yang serupa tapi produk yang ditawarkan tidak sesuai keinginan kita oleh sebab itu hendaknya mempertimbangkan juga kualitas produk yang diberikan.

- 1.2.3. Bagi peneliti selanjutnya disarankan untuk mengambil judul yang lain seperti promotion marketing mix.