PLAGIARISME ADALAH PELANGGARAN HAK CIPTA DAN ETIKA

BAB V
PENUTUP

5.1 Simpulan

Penelitian mengenai pengaruh bauran pemasaran terhadap keputusan konsumen dalam pembelian sayuran organik di UD.Bumiaji Sejahtera Kota Batu menghasilkan kesimpulan sebagai berikut:

1. Variabel bebas bauran pemasaran yang terdiri dari produk, harga, tempat, promosi, orang, proses, dan bukti fisik secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat keputusan pembelian sayuran organik di UD. Bumiaji Sejahtera. Variabel bebas bauran pemasaran produk, harga, tempat, promosi, proses, dan bukti fisik secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat keputusan pembelian sayuran organik di UD.Bumiaji Sejahtera. Variabel bauran pemasaran secara parsial yang tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian sayuran adalah variabel orang.
2. Variabel bebas bauran pemasaran yang dominan berpengaruh terhadap keputusan pembelian sayuran organik di UD.Bumiaji Sejahtera adalah variabel bukti fisik.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan, dan kesimpulan yang telah diperoleh, maka dapat disarankan beberapa hal sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil penelitian harga berpengaruh negatif terhadap keputusan pembelian, UD. Bumiaji Sejahtera diharapkan mempertimbangkan kembali untuk keterjangkauan harga dan keseimbangan harga sayur dengan harga pasar

PLAGIARISME ADALAH PELANGGARAN HAK CIPTA DAN ETIKA

umum. Kendala bagi konsumen dalam pembelian sayur organik di UD. Bumiaji Sejahtera adalah keterjangkauan harga, sehingga sikap konsumen memperlihatkan sikap netral. Namun, harga sayur organik yang tidak terjangkau sepadan dengan manfaat sayuran organik. Hal ini disarankan kepada UD. Bumiaji Sejahtera untuk memberikan pengetahuan tentang pentingnya mengonsumsi sayuran organik yang tidak mengandung bahan kimia untuk kesehatan tubuh.

2. Bauran pemasaran tempat berpengaruh negatif, hal ini dikarenakan lokasi atau bangunan yang tertutup dengan kebun jambu kristal atau tidak berada di pinggir jalan, dalam hal ini disarankan kepada UD. Bumiaji Sejahtera dalam meningkatkan pembelian konsumen dapat memberikan papan nama yang besar, yang diletakkan di pinggir jalan dengan menyertakan nama usaha dan juga aneka produk yang dijual, sehingga pengunjung yang datang dapat dengan mudah menemukan UD. Bumiaji Sejahtera.
3. Bauran pemasaran orang tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian, hal ini disarankan kepada UD. Bumiaji Sejahtera untuk memiliki sumber daya manusia yang tetap dalam membantu perkembangan usaha tersebut.
4. Variabel dominan berpengaruh adalah bukti fisik dibandingkan variabel lain. Saran untuk kepada pemilik UD. Bumiaji Sejahtera untuk tetap menjaga dan mempertahankan kebersihan *display* sayuran, dan fasilitas yang ada serta menjaga kebersihan lingkungan sekitar UD. Bumiaji Sejahtera.
5. Berdasarkan hasil penelitian didapatkan nilai dari *adjusted R Square* sebesar 67,2%, maka penelitian ini masih membutuhkan kajian yang lebih dalam yang

PLAGIARISME ADALAH PELANGGARAN HAK CIPTA DAN ETIKA

dapat dilakukan oleh penelitian selanjutnya, seperti memperluas sub variabelnya dari masing – masing variabel seperti kebersihan produk yang terjamin, informasi daftar harga, penawaran metode berbelanja *online*, adanya diskon, kenyamanan berbelanja dalam mempengaruhi keputusan pembelian sayuran organik.

PLAGIARISME ADALAH PELANGGARAN HAK CIPTA DAN ETIKA

DAFTAR PUSTAKA

Arikunto, S., 2010. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek.* Bandung: Rineka Cipta.

Chandra, N. N. & Suryaningsih, Y., 2019. Analisis Bauran Pemasaran Terhadap Minat Beli Sayur Hidroponik di POKDARWIS (Kelompok Sadar Wisata) Olean. *Agribios,* 17(1), pp. 1-6.

Gardjito, M., Handayani, W. & Salfarino, R., 2015. *Penanganan Segar Hortikultura Untuk Penyimpanan dan Pemasaran.* I penyunt. Jakarta: Kencana.

Ghozali, I., 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS.* 9 penyunt. Semarang: Universitas Diponegoro.

Haryonto, A. T. & Dewi, S. N., 2016. Pengaruh Kepuasaan Konsumen Sebagai Mediator Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian. *Journal of Economic Education ,* II(5), pp. 206-213.

Herlina, V., 2019. *Panduan Praktis Mengolah Data Kuesioner Menggunakan SPSS.* Jakarta: PT Elex Media Komputindo.

Kotler, P. & Kevin, L. K., 2016. *Manajemen Pemasaran.* 12 penyunt. Jakarta: PT Indeks.

Malau, H., 2017. *Manajemen Pemasaran.* Bandung: Alfabeta.

Paradiba, D., Mappatoba, M. & Lamusa, A., 2017. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Sayuran Organik di Kota Palu. *Agrotekbis,* 5(5), pp. 564-571.

Putra, Y. A. & Surnahemran, 2019. Analisis Faktor-faktor Pemasaran dalam Membeli Sayur Organik di Pasar Moder Kota Medan. *Jurnal Pendidikan Kewirausahaan Indonesia,* Volume 2, pp. 99-110.

Santoso, S., 2017. *Statistik Multivariat dengan SPSS.* 1 penyunt. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.

Sarjono, H. & Julianita, W., 2013. *SPSS vs LISREL : Sebuah Pengantar, Aplikasi untuk Riset.* 2 penyunt. Jakarta: Salemba Empat.

PLAGIARISME ADALAH PELANGGARAN HAK CIPTA DAN ETIKA

Selang, C., 2013. Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Konsumen pada Fresh Mart Bahu Mall Manado. *Jurnal EMBA*, 1(3), pp. 71-80.

Shinta, A., 2011. *Manajemen Pemasaran.* 1 penyunt. Malang: UB Press.

Suci, D. W., Eliza & Maharani, E., 2014. Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Keputusan Konsumen dalam Pembelian Buah dan Sayur Sistem Ritel di Pasar Buah Pekan Baru. *Jom Faperta*, 1(2), pp. 1-15.

Sugiyono, 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D.* Bandung: PT Alfabet.

Sujarweni, V. W., 2019. *SPSS untuk Penelitian.* Yogyakarta: Pustaka Baru Press.

Syahrum & Salim, 2014. *Metodologi Penelitian Kuantitatif.* Bandung: Citapustaka Media.

Tjiptono, F. & Diana, A., 2016. *Pemasaran : Esensi & Aplikasi.* I penyunt. Yogyakarta: CV Andi Offset.

Tumbel , A. L. & Rate, P. V., 2015. Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Keputusan Pembelian di Pasar Tradisional (Studi Pasar Tradisional di Kota Manado). *LPPM Bidang EkoSosBudkum*, 2(2), pp. 60-72.