

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan dengan menggunakan analisis regresi linier berganda yang telah dilakukan maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Bauran Pemasaran yang terdiri dari produk (X1), harga (X2), tempat (X3) dan promosi (X4) berpengaruh signifikan secara simultan terhadap keputusan pembelian pakaian pada Surya Megah Fashion Kediri. Kriteria pengujian menyatakan jika nilai $F_{hitung} \geq F_{tabel}$ atau probabilitas $< level\ of\ significance\ (\alpha)$ maka pengujian hipotesis secara simultan menghasilkan nilai F_{hitung} sebesar 12.521 dengan F_{tabel} sebesar 2.579. Hal ini berarti terdapat pengaruh signifikan secara simultan (bersama-sama) variabel produk, harga, tempat dan promosi terhadap variabel keputusan pembelian
2. Bauran Pemasaran yang terdiri dari produk(X1), harga (X2), tempat(X3) dan promosi (X4) berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian pakaian pada Surya Megah Fashion Kediri. Kriteria pengujian menyatakan jika nilai $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ atau probabilitas $< level\ of\ significance\ (\alpha)$ maka terdapat pengaruh signifikan secara individu variabel keputusan pembelian.
 - a. Variabel produk menghasilkan nilai t_{hitung} sebesar 2..627 dengan t_{tabel} sebesar 2.014. Hasil pengujian tersebut menunjukkan $t_{hitung} < t_{tabel}$. Hal

ini berarti terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial variabel produk terhadap variabel keputusan pembelian.

b. Variabel harga menghasilkan nilai t_{hitung} sebesar 3.004 dengan t_{tabel} sebesar 2.014. Hasil pengujian tersebut menunjukkan $t_{hitung} > t_{tabel}$. Hal ini berarti terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial variabel harga terhadap variabel keputusan pembelian.

c. Variabel tempat menghasilkan nilai t_{hitung} sebesar 2.539 dengan t_{tabel} sebesar 2.014. Hasil pengujian tersebut menunjukkan $t_{hitung} < t_{tabel}$. Hal ini berarti terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial variabel tempat terhadap variabel keputusan pembelian.

d. Variabel promosi menghasilkan nilai t_{hitung} sebesar 0.768 dengan t_{tabel} sebesar 2.014. Hasil pengujian tersebut menunjukkan $t_{hitung} < t_{tabel}$. Hal ini berarti tidak terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial variabel promosi terhadap variabel keputusan pembelian.

3. Harga (X_2) berpengaruh dominan terhadap keputusan pembelian pakaian pada Surya Megah Fashion Kediri dengan koefisien variabel beta sebesar 0.261.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, maka dapat diajukan beberapa saran yaitu sebagai berikut :

1. Bauran pemasaran mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian, diharapkan perusahaan Surya Megah Fashion Kediri terus meningkatkan kualitas dari segi produk seperti bahan, kualitas kainnya dan memperbanyak variasi desain. Segi harga seperti harga sesuai

dengan kualitas dan harga terjangkau sesuai dengan segmentasi pasar. Segi tempat seperti lokasi yang strategis sehingga mudah ditemukan oleh konsumen dan meningkatkan *store atmosfer* untuk kenyamanan pelanggan. Dan dari segi promosi seperti sering mengadakan promo dan diskon untuk menarik minat pembeli, memasang banner, menyebarkan brosur dan membuat event-event untuk promosi agar produk lebih banyak dikenal masyarakat. Hal-hal tersebut untuk membantu meningkatkan pembelian, sehingga konsumen semakin banyak yang datang dan meningkatkan omset penjualan, dan perusahaan tetap bisa bersaing, terus maju, dan berkembang usahanya tentunya jumlah konsumen yang berbelanja setiap tahun akan terus mengalami peningkatan.

2. Dalam pengembangan usahanya, perusahaan harus tetap memperhatikan produknya, tetap mempertahankan harga yang sesuai dengan kualitas produknya, selalu mengevaluasi harga produk yang diberikan kepada konsumen dan tetap menjaga kualitas produk yang dijual dan sering melakukan potongan harga. Sehingga konsumen atau pelanggan akan merasa puas, tidak beralih ke tempat lain dan keputusan pembelian akan meningkat.
3. Bagi peneliti yang berminat untuk melanjutkan penelitian ini diharapkan untuk peneliti dapat mengembangkan dengan variabel lain seperti promotion mix atau AIDA yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian dan diharapkan untuk menambah jumlah sampel penelitian, serta penelitian dapat dilakukan di lokasi yang berbeda untuk lebih memperdalam hasil penelitian ini.

Daftar Pustaka

- Alma, Buchari. 2007. “*Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*”. Cetakan ketujuh(Edisi Revisi), Bandung:Alfabeta.
- Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate degan Program SPSS*. Cetakan Ketujuh, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang
- Hasan,Ali.2008. Marketing.Modpress(Anggota IKAPI). Yogyakarta
- Hanifaradiz.2016.” *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*”: Vol 5, No. 6, Juni 2016. [file:///C:/Users/user/Downloads/1568-5945-1-PB%20\(2\).pdf](file:///C:/Users/user/Downloads/1568-5945-1-PB%20(2).pdf)
- Keller, Kotler.2007. *Manajemen Pemasaran 1*. Edisi 12. Jakarta: Indeks
- Kotler , Philip. & Gary Armstrong. 2006.*Prinsip-prinsip Pemasaran*.edisi 12. Jilid 1. Erlangga. Jakarta.
- _____,2008.*Prinsip-prinsip Pemasaran*.edisi 12. Jilid 2. Erlangga. Jakarta.
- Kotler, Philip. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jilid 1. Edisi duabelas, Erlangga. Jakarta.
- Kotler P ,Keller K.L, 2009, *Manajemen Pemasaran*, Edisi 13, Jilid 1 & 2, PT INDEKS, Jakarta
- Kuncoro, Mudrajad. 2009. *Metode Riset Untuk Bisnis dan Ekonomi*, Erlangga. Jakarta.
- Lenny. 2015.” *Jurnal LPPM Bidang EkoSosBudKum*”.Vol 2 no.2. Manado <https://media.neliti.com/media/publications/108722-ID-pengaruh-bauran-pemasaran-terhadap-keput.pdf>
- Martin, Dixie.2013. “*Jurnal Ilmu & Riset Manajemen*”. Vol. 2 No.10 <https://ejournal.stiesia.ac.id/jirm/article/viewFile/394/385>
- Sugiyono. 2012. *Metode penelitian kuantitatif,kualitatif dan R&D*. Cetakan ke 16.Alfabeta. Bandung.
- Tjiptono,Fandy. 2008. “*Strategi Pemasaran*”. Edisi III. Penerbit Andi. Yogyakarta
- Zikmund, William dan Barry,Babin (2011). “*Riset Pemasaran*”. Jakarta : Salemba Empat

PLAGIARISME ADALAH PELANGGARAN HAK CIPTA DAN ETIKA

KUESIONER

Penelitian ini adalah untuk memenuhi tugas dan kewajiban penulis dalam rangka menyelesaikan tugas proposal skripsi. Judul penelitian menganalisis pengaruh bauran pemasaran terhadap keputusan pembelian pakaian pada Surya Megah Fashion Kediri. Kami mohon perkenankan Bapak/Ibu/Saudara untuk mengisi kuesioner ini. Atas kesediaannya saya ucapkan terimakasih.

Data responden

No responden :

Nama :

Jenis kelamin :A.Pria B.Wanita

Pendapatan :A. Kurang dari Rp 1.000.000
B. Rp 1.000.000- Rp 1.500.000
C. Rp 1.500.000- Rp 2.000.000
D. Rp 2.000.000 keatas

Usia :A. 17-22
B. 23-30
C. 31-39
D. > 40

Petunjuk Pengisian

- Pilih salah satu jawaban yang menurut anda paling sesuai atau benar , kemudian beri tanda silang (x) pada jawaban tersebut
- Bila terjadi kesalahan atau ingin mengganti jawaban maka beri tanda (-) pada jawaban yang salah dan kemudian beri tanda silang (x)

Pilih Jawaban

SS :Sangat Setuju

TS :Tidak setuju

S :Setuju

STS :Sangat Tidak Setuju

CS :Cukup Setuju

PLAGIARISME ADALAH PELANGGARAN HAK CIPTA DAN ETIKA

Produk (X1) Bentuk sesuatu yang ditawarkan oleh Surya Megah Fashion kepada konsumen dan pelanggan agar diminati dan dikonsumsi sehingga memuaskan keinginan dan kebutuhan konsumen.	5 SS	4 S	3 CS	2 TS	1 STS
1. Desain produk pakaian menjadi pertimbangan anda dalam pembelian pada Surya Megah Fashion Kediri					
2. Keragaman produk pakaian pada Surya Megah Fashion Kediri memberikan pilihan tepat untuk anda melakukan pembelian produk					
3. Kualitas produk menjadi dasar pertimbangan anda dalam pembelian pada Surya Megah Fashion Kediri					
Harga (X2) harga merupakan nilai suatu barang yang dinyatakan dengan uang.	5 SS	4 S	3 CS	2 TS	1 STS
1. Potongan harga pakaian di Surya Megah Fashion Kediri memengaruhi keputusan pembelian anda.					
2. Harga yang terjangkau menjadi pertimbangan anda dalam melakukan pembelian.					
3. Kesesuaian harga dengan kualitas produk pakaian menjadi faktor penentu keputusan pembelian anda.					
Tempat (X3) Tempat adalah saluran distribusi dimana konsumen dapat mendapatkan produk dari perusahaan, dan tempat juga bisa menentukan kualitas produk karena keberadaan bahan baku.	5 SS	4 S	3 CS	2 TS	1 STS
1. Tempat yang strategis dan mudah dijangkau membuat anda tertarik melakukan pembelian di Surya Megah Fashion Kediri					
2. Kebersihan tempat pada Surya Megah Fashion Kediri juga memberikan pertimbangan anda dalam melakukan keputusan pembelian					
3. Ketersediaan cabang dari perusahaan Surya Megah Fashion Kediri menjadi pertimbangan pembelian anda.					

PLAGIARISME ADALAH PELANGGARAN HAK CIPTA DAN ETIKA

Promosi (X4)	5	4	3	2	1
Bentuk penyajian yang bukan dengan orang pribadi, melainkan dengan pembayaran sponsor guna menyebarkan informasi dan memperkenalkan produk.	SS	S	CS	TS	STS
1. Pembagian brosur oleh Surya Megah Fashion Kediri memberikan dukungan anda untuk melakukan pembelian produk.					
2. Pemasangan spanduk di jalan yang memberikan arah dan informasi produk menjadi pertimbangan anda dalam pembelian pada Surya Megah Fashion Kediri.					
3. Informasi mengenai profil perusahaan di jejaring sosial (website) menjadi pertimbangan anda dalam pembelian pakaian pada Surya Megah Fashion Kediri					
4. Diskon khusus pelanggan dalam bentuk membercard maupun momen tertentu akan menjadi pertimbangan anda dalam pembelian pakaian					
Keputusan Pembelian (Y)	5	4	3	2	1
Merupakan suatu tahapan dalam perilaku konsumen sebelum akhirnya konsumen memutuskan untuk membeli.	SS	S	CS	TS	STS
Dengan melihat kegiatan pemasaran mulai dari segi produk, harga, tempat dan promosi maka keputusan anda dalam pembelian adalah:					
1. Anda selalu membeli produk pakaian di Surya Megah Fashion Kediri					
2. Anda selalu meningkatkan jumlah pembelian produk di Surya Megah Fashion Kediri					
3. Anda melakukan pembelian ulang di Surya Megah Fashion Kediri					
4. Anda akan merekomendasikan kepada orang lain untuk melakukan pembelian produk di Surya Megah Fashion Kediri.					

SKOR JAWABAN RESPONDEN

VARIABEL PRODUK (X1)

NO.	X1.1	X1.2	X1.3	X1
1	3	4	4	11
2	4	4	4	12
3	4	3	4	11
4	3	3	3	9
5	4	4	5	13
6	4	3	4	11
7	5	3	3	11
8	3	4	4	11
9	4	4	4	12
10	3	3	3	9
11	4	4	4	12
12	3	3	3	9
13	3	3	4	10
14	4	4	3	11
15	4	4	4	12
16	4	3	4	11
17	4	4	4	12
18	3	3	4	10
19	4	4	3	11
20	4	4	4	12
21	3	4	4	11
22	5	4	4	13
23	4	3	4	11
24	4	4	4	12
25	3	4	3	10
26	5	5	4	14
27	4	3	4	11
28	4	3	4	11
29	3	4	3	10
30	3	3	3	9
31	3	4	4	11
32	4	4	4	12
33	4	5	5	14
34	3	3	4	10
35	4	3	4	11
36	3	3	3	9
37	4	4	5	13
38	4	5	4	13

PLAGIARISME ADALAH PELANGGARAN HAK CIPTA DAN ETIKA

39	3	4	4	11
40	4	4	3	11
41	3	3	3	9
42	4	3	4	11
43	4	3	5	12
44	4	3	5	12
45	4	4	3	11
46	3	3	3	9
47	4	4	4	12
48	4	4	5	13
49	4	4	3	11
50	3	3	3	9



SKOR JAWABAN RESPONDEN

VARIABEL HARGA (X2)

NO.	X2.1	X2.2	X2.3	X2
1	3	3	3	9
2	4	4	5	13
3	3	3	4	10
4	4	3	3	10
5	5	4	4	13
6	4	4	4	12
7	4	4	4	12
8	4	3	4	11
9	4	3	4	11
10	4	3	4	11
11	5	4	4	13
12	4	4	4	12
13	4	3	4	11
14	4	4	4	12
15	4	4	4	12
16	3	3	3	9
17	4	4	4	12
18	3	4	4	11
19	3	4	4	11
20	3	4	4	11
21	4	5	5	14
22	5	4	4	13
23	4	4	3	11
24	4	5	5	14
25	5	4	4	13
26	4	4	4	12
27	4	4	4	12
28	5	4	4	13
29	4	4	4	12
30	4	3	4	11
31	4	3	3	10
32	4	4	4	12
33	4	3	4	11
34	3	3	3	9
35	3	4	4	11
36	4	3	4	11
37	4	5	5	14
38	4	4	4	12

PLAGIARISME ADALAH PELANGGARAN HAK CIPTA DAN ETIKA

39	4	3	4	11
40	4	3	4	11
41	3	4	4	11
42	4	3	3	10
43	5	5	4	14
44	4	4	4	12
45	3	4	4	11
46	4	3	3	10
47	3	3	4	10
48	4	4	4	12
49	5	3	4	12
50	3	3	3	9



SKOR JAWABAN RESPONDEN

VARIABEL TEMPAT (X3)

NO.	X3.1	X3.2	X3.3	X3
1	4	4	4	12
2	4	5	4	13
3	4	4	3	11
4	3	3	4	10
5	4	4	5	13
6	3	3	4	10
7	4	4	4	12
8	3	4	4	11
9	4	3	4	11
10	4	4	4	12
11	5	4	4	13
12	3	4	3	10
13	3	3	3	9
14	3	4	4	11
15	3	3	3	9
16	4	4	4	12
17	3	5	4	12
18	4	4	3	11
19	3	3	3	9
20	5	4	4	13
21	3	3	3	9
22	4	5	4	13
23	3	3	3	9
24	4	4	4	12
25	3	4	3	10
26	3	4	4	11
27	3	4	4	11
28	5	4	4	13
29	4	4	4	12
30	3	3	4	10
31	4	3	3	10
32	3	3	4	10
33	4	3	3	10
34	4	3	4	11
35	4	4	4	12
36	4	3	4	11
37	5	4	4	13
38	3	4	5	12

PLAGIARISME ADALAH PELANGGARAN HAK CIPTA DAN ETIKA

39	4	4	4	12
40	3	4	3	10
41	4	3	3	10
42	3	4	4	11
43	4	4	4	12
44	3	4	4	11
45	4	4	4	12
46	4	3	4	11
47	4	4	5	13
48	4	3	4	11
49	3	4	3	10
50	4	4	5	13



SKOR JAWABAN RESPONDEN

VARIABEL PROMOSI (X4)

NO.	X4.1	X4.2	X4.3	X4.4	X4
1	4	3	4	4	15
2	4	4	4	4	16
3	4	3	3	4	14
4	3	3	4	3	13
5	4	3	3	4	14
6	4	5	4	3	16
7	4	4	3	4	15
8	4	4	5	3	16
9	4	4	4	4	16
10	3	4	4	3	14
11	4	4	4	4	16
12	3	4	4	3	14
13	3	4	4	3	14
14	4	3	5	3	15
15	4	4	4	4	16
16	3	3	4	3	13
17	3	5	3	4	15
18	5	4	4	4	17
19	4	4	4	4	16
20	3	3	4	4	14
21	4	4	3	3	14
22	4	5	4	5	18
23	4	4	4	4	16
24	5	4	5	4	18
25	4	3	3	3	13
26	3	4	3	3	13
27	3	4	4	3	14
28	3	4	4	3	14
29	4	4	4	4	16
30	3	3	3	3	12
31	3	4	4	3	14
32	4	3	4	4	15
33	4	4	5	4	17
34	3	4	4	3	14
35	4	3	3	4	14
36	3	4	3	4	14
37	4	4	4	4	16
38	4	3	5	4	16

PLAGIARISME ADALAH PELANGGARAN HAK CIPTA DAN ETIKA

39	3	3	3	3	12
40	3	3	4	4	14
41	3	4	3	4	14
42	3	4	4	4	15
43	4	3	4	4	15
44	4	4	4	4	16
45	4	4	4	3	15
46	3	3	4	4	14
47	4	4	4	4	16
48	3	4	4	3	14
49	3	4	3	4	14
50	3	3	4	3	13



SKOR JAWABAN RESPONDEN

VARIABEL KEPUTUSAN PEMBELIAN (Y)

NO.	Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	Y
1	3	4	3	3	13
2	4	4	5	4	17
3	3	4	3	3	13
4	3	4	3	4	14
5	4	4	4	5	17
6	4	3	4	3	14
7	4	4	3	4	15
8	4	3	4	3	14
9	4	4	4	4	16
10	4	4	3	3	14
11	4	5	4	4	17
12	3	4	3	4	14
13	3	3	4	3	13
14	3	4	3	3	13
15	4	3	4	3	14
16	3	4	4	4	15
17	4	5	4	3	16
18	3	3	4	4	14
19	4	4	3	3	14
20	3	5	3	4	15
21	3	4	4	4	15
22	4	5	4	4	17
23	3	4	4	4	15
24	4	4	4	3	15
25	3	4	3	4	14
26	3	3	4	4	14
27	3	4	3	3	13
28	4	4	4	4	16
29	3	4	4	3	14
30	3	3	3	3	12
31	4	4	4	3	15
32	4	5	4	3	16
33	4	4	3	3	14
34	3	4	3	4	14
35	3	4	4	4	15
36	3	4	3	4	14
37	4	4	5	4	17
38	4	4	5	4	17

PLAGIARISME ADALAH PELANGGARAN HAK CIPTA DAN ETIKA

39	4	4	3	4	15
40	3	4	4	3	14
41	3	4	3	3	13
42	3	4	3	4	14
43	4	4	4	3	15
44	4	4	4	4	16
45	4	4	4	3	15
46	3	4	3	3	13
47	3	4	3	4	14
48	3	3	4	4	14
49	3	5	4	4	16
50	3	3	3	3	12

