

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan data dalam penelitian mengenai pengaruh bauran pemasaran terhadap keputusan pembelian, maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai perhitungan uji F hitung sebesar 29,490 yang berarti hasil uji penelitian ini lebih besar dibandingkan F tabel yaitu  $29,490 > 2,42$  dengan memperoleh nilai yang signifikan sebesar 0,000 yang berarti lebih kecil dari alpha yaitu  $0,000 < 0,05$ . Hal ini menunjukkan bahwa Produk (X1), Harga (X2), Tempat/distribusi (X3) dan Promosi (X4) berpengaruh signifikan secara simultan terhadap Keputusan Pembelian pada *store* Jims Honey kepanjen, Malang berdasarkan nilai koefisien determinasi sebesar 0,724 atau 72,4% yang artinya 72,4% keputusan pembelian di pengaruhi oleh bauran pemasaran (produk, harga, tempat/distribusi, promosi), sedangkan 27,6% lainnya di pengaruhi oleh variabel lain di luar bauran pemasaran (produk, harga, tempat/distribusi, promosi). Dengan persamaan regresi sebagai berikut  $Y = -3,525 + 0,397X1 + 0,408X2 + 0,256X3 + 0,421X4$ .
2. Hasil perhitungan uji t hitung diketahui Harga (X2) yang berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap Keputusan pembelian (Y) pada *store* Jims Honey Kapanjen, Malang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai perhitungan uji t hitung sebesar 2,746. Sedangkan produk

(X1), Tempat/distribusi (X3) dan Promosi (X4) berpengaruh tidak signifikan secara parsial terhadap Keputusan Pembelian (Y) pada *store* Jims Honey kepanjen, Malang dengan nilai  $t$  tabel 2,01410 yang secara berurutan nilai  $t$  tabel yaitu (2,396, 1,460, 2,309) dan nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 yang secara berurutan nilainya (0,021, 0,151, 0,026). Sehingga dapat disimpulkan bahwa Bauran Promosi yang terdiri dari Produk (X1), Harga (X2), Tempat/distribusi (X3) dan Promosi (X4) berpengaruh signifikan jika diuji secara parsial.

3. Harga (X2) berpengaruh dominan terhadap keputusan Pembelian pada *store* Jims Honey kepanjen, Malang karena memiliki  $t$  hitung paling tinggi yaitu sebesar 2,746.

## **B. Saran**

1. Harga produk Jims Honey yang ditawarkan memberikan pengaruh besar terhadap keputusan pembelian. Ditengah persaingan dengan perusahaan sejenis Jims Honey perlu memperhatikan dari segi harga, agar konsumen dapat menjangkau harga suatu produk maka Jims Honey harus memutuskan harga produk yang terjangkau untuk konsumen namun tetap dengan kualitas produk baik serta dapat diterima konsumen.
2. Produk, Harga, Promosi berpengaruh positif dan signifikan kepada Keputusan Pembelian, namun Tempat/distribusi harus diperhatikan kembali agar konsumen merasa nyaman ketika ada di *store* maupun dalam pendistribusian produk sehingga dapat menjadi perhatian khusus bagi owner Jims Honey kepanjen agar *Store* Jims Honey memperhatikan

stock produk yang ada, tempat/pendistribusian yang baik untuk konsumen, serta memberikan promosi khusus kepada konsumen sehingga bisa lebih menarik minat konsumennya.

3. Saran untuk peneliti selanjutnya yaitu untuk menambah variabel independen lainnya karena masih banyak faktor yang mempengaruhi Keputusan Pembelian dengan mencari referensi yang lebih relevan lagi.



**DAFTAR PUSTAKA**

- Arthur M.K., Asmara A., Simanjuntak M., *The Effect Marketing Mix On “KPR XTRA BEBAS” Decision Making in Bank X Regional I, Journal of consumer Sciences 2019, vol. 04, no 01, 1-12*
- Artawan & Ekawati. 2019. Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Tour Package PT Smalling Tour di Bali, E-Journal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana 8.11 (2019):1249-1274
- Asdi & Putra. 2020. *The Effect Of Marketing mix (4P) on Buying Decision Empirical Study on Brand of Samsung Smartphone Product, Point of view Research Management*, 1(4) 2020. November. Pp 121-130
- Bahri. 2018. *Metodologi penelitian bisnis*. Yogyakarta. CV ANDI OFF SET
- Butterick, K. 2013. *Pengantar public relations : teori dan praktik*. Jakarta : raja grafindo persada
- Blut M., Teller C., & Floh A. 2018. *Testing Retail Marketing-Mix Effects on Patronage: A Meta-Analysis, Journal of Retailing 94 (2,2018) 113-135*
- Fatihudin., firmansyah. 2019. Pemasaran jasa. *Strategi, membukur kepuasan dan loyalitas pelanggan*). Surabaya: CV BUDI UTAMA
- Ghozali, Imam. 2016. Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8). Cetakan ke VIII. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kotler, P. 2012. *Manajemen Pemasaran perspektif Asia (pertama)*. Yogyakarta: Andi
- Kotler & Armstrong. 2016. *Marketing Management*. Jakarta: Erlangga
- Lupiyoadi, R. 2013. *Manajemen pemasaran berbasis kompetensi edisi 3*. Jakarta: Salemba Empat.
- Limakrisma & Purba. 2017. *Manajemen Pemasaran: Teori dan aplikasi dalam bisnis*, Mitra Wacana Media.
- M. Nur Ichsan Arief, 11 agustus 2019, wartakota.tribunnews
- Manap. 2016. *Revolusi Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Mitra Wacana Media
- Manik dan Rianti. 2019. Pengaruh Pemasaran Terhadap Keputusan pembelian Es Krim Sayur Broco Es Krim di Pekan Baru, Jurnal Manajemen Bisnis, Volume VII, No 01, September 2019
- Nasution. I.A., Fauzi A. & Wibowo. P.R. 2020. *The effect of Marketing Mix on Customer Satisfaction in Belawan Branch of PT Pelabuhan Indonesia 1 (Persero medan). International Journal of Research and review, 237-243*

- Pramana, Fahmi I. & Nurrohmat D. R. 2019, *The Influence Of Marketing Mix Factors In Purchasing decision For Wooden Furniture Case Of Furnimart Bogor. Indonesian Journal of Business and Entrepreneurship, Vol.5 no.1, January 2019*
- Schiffman, Leon dan Kanuk, Lestie L. (2014). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Indeks
- Sudaryono, 2013. *manejemen pemasaran, teori dan implementasi*, C.V ANDI OFFSET.
- Sugiarto. 2017. *Metode Penelitian bisnis*. Yogyakarta: Andi
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian (mix Methods)*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian (mix Methods)*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Kombinasi (mix Methods)*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. 2016. *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Sutrisno, widodo & Zulianto. 2018. *Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Produk RM Ayam Bakar Wong Solo Jember*, Jurnal Ilmiah Ilmu Ekonomi, dan Ilmu Sosial, Volume 12 Nomor 2 (2018)
- Thamrin. 2016. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: RajaGrafindo Persada
- Tjiptono. F. 2015. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, F., & Diana. 2016. *Pemasaran*. Yogyakarta: CV Andi offset
- Tjiptono. 2019. *Strategi pemasaran, prinsip dan penerapan*. Yogyakarta: CV Andi offset
- Tjiptono., Candra 2012. *Pemasaran Strategik. Mengupas pemasaran Strategik, Branding strategic, Customer Satisfaction, Strategik Kompetitif, hingga e-Marketing*. Yogyakarta dan bandung: CV Andi OFF SET
- Tjiptono., Diana. 2020. *Pemasaran*. Yogyakarta: CV Andi offset
- Utami & Firdaus. 2018. *Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Perilaku Online Shopping: Perspektif Pemasaran Agribisnis*, Jurnal Ecodemica, Vol. 2 No. 1 April 2018
- Nugroho, Wahyu Setiawan [www.jimshoneyofficial.co.id](http://www.jimshoneyofficial.co.id), diakses tanggal 8 April 2022
- Wangarry, Tumel & Karuntu. 2018. *Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda di PT. Hasjrat Abadi Ranotana*, Fakultas Ekonomi, Jurusan Manajemen, Universitas Sam Ratulagi