

BAB V

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan dalam penelitian ini dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan secara simultan dari indikator bauran pemasaran yang terdiri atas produk (X1), harga (X2), tempat (X3), dan promosi (X4) terhadap keputusan pembelian produk di perusahaan Wicaksono Malang (Y). Sedangkan secara parsial (uji t) bauran pemasaran yang terdiri atas produk (X1), harga (X2), tempat (X3), dan promosi (X4) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk di perusahaan Wicaksono Malang (Y).
2. Selanjutnya, variabel bauran pemasaran yang mempunyai pengaruh paling besar (dominan) terhadap volume penjualan produk di perusahaan Wicaksono Malang, yaitu faktor promosi (X4). Hal ini didukung dengan besarnya koefisien regresi sebesar 1,214.

B. SARAN

Berdasarkan kesimpulan dan pembahasan hasil penelitian, dikemukakan saran-saran bagi pihak instansi terkait pada perusahaan Wicaksono Malang. Dengan adanya penelitian ini, diketahui bahwa volume penjualan dalam membeli produk di perusahaan Wicaksono Malang ternyata dipengaruhi secara signifikan oleh bauran pemasaran

PLAGIARISME ADALAH PELANGGARAN HAK CIPTA DAN ETIKA

terutama oleh faktor produk (X1), harga (X2), tempat (X3), dan promosi (X4). Oleh karena itu, agar pihak perusahaan Wicaksono Malang dapat meningkatkan volume penjualan perlu memerhatikan faktor-faktor dari bauran pemasaran terutama pada faktor strategi pengembangan produk, mengikuti pameran-pameran makanan guna meningkatkan promosi produk perusahaan.



DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari. 2007. *Marketing Mix*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Boyd, Walker. 2000. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Djalal, Nachrowi. 2004. *Teknik Pengambilan Keputusan*. Jakarta: Grasindo.
- Hair, McDaniel. 2001. *Pemasaran 2*. Edisi 5. Jakarta : Salemba Empat.
- Keller, Kotler. 2007. *Manajemen Pemasaran 1*. Edisi 12. Jakarta: Indeks.
- Kamaluddin. 2003. *Langkah Bisnis*. Jakarta: Republika.
- Kotler, Philip. 2006. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 2: Edisi Milenium. Jakarta: PT. Ptenhallindo.
- Perreault, Mc.Carthy. 2008. *Pemasaran Dasar 1*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sowter, Colin. 2003. *Cara Mudah Memahami Pemasaran*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Sugiyono. 2000. *Metode Penelitian Bisnis*. Jakarta: Grasindo.
- Sunaryo, Agus. 2013. *Pengaruh Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Perusahaan Panorama Sari Apel Batu*. Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Widya Karya Malang, Skripsi tidak dipublikasikan.