

**BAB V
KESIMPULAN**

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan maka dapat disimpulkan hal-hal sebagai berikut :

1. Variabel bebas bauran pemasaran yang terdiri dari produk, harga, promosi, dan tempat secara simultan atau serentak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel terikat keputusan pembelian konsumen sayuran di *mini market* dengan hasil uji F $0,000^a < 0,05$.
2. Variabel bebas bauran pemasaran tempat dan harga berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat keputusan pembelian konsumen sayuran di *mini market* dengan hasil uji t harga sebesar $0,010 < 0,05$ dan tempat sebesar $0,000 < 0,05$.
3. Variabel bebas bauran pemasaran produk dan promosi tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen sayuran di *mini market* dengan hasil uji t untuk produk $0,606 > 0,05$ dan promosi $0,156 > 0,05$.

5.2 Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan maka dapat disarankan beberapa hal sebagai berikut ini :

1. Toko Dapoer Qoe Buah dan Sayur disarankan untuk melakukan promosi berupa program persamaan harga sayuran yang dijual dengan harga sayuran yang dijual di pasar tradisional dalam kurun waktu tertentu misalnya pada

jam saat sayuran masih segar antara jam 06.00 – 09.00, dimana pada program ini yang dijual hanya beberapa jenis sayuran yang jenisnya bergantian setiap harinya.

2. Toko Dapoer Qoe Buah dan Sayur disarankan untuk melakukan peningkatan fasilitas berupa pendingin ruangan seperti *air conditioner* dan mengadakan lemari khusus untuk penyimpanan sayuran guna menjaga kualitas produk sayuran serta meningkatkan kenyamanan konsumen dalam proses berbelanja.
3. Toko Dapoer Qoe Buah dan Sayur disarankan untuk melakukan pengemasan terhadap semua produk sayuran dengan menggunakan plastik wrap atau plastik kemas guna meminimalisir kerusakan akibat dari gesekan antar sayuran agar kualitas sayuran dapat terjaga.
4. Bagi peneliti lain disarankan untuk melakukan penelitian lanjutan dengan menambah variabel bauran pemasaran menjadi 7P (*product, price, promotion, place, participant, proses, physical evidence*) dan/atau melakukan penajaman item pertanyaan pada tiap sub-variabel yang akan diteliti untuk meningkatkan nilai koefisien determinasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Thamrin, dan Tantri, Francis. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Raja Grafindo Perkasa.
- Alamsyah, Doni Purnama. 2016. *Kepercayaan Konsumen Pada Produk Organik*. Bandung. Ecodemica. 4(2).
- Athoillah, Ibnu. 2012. *Pengaruh Marketing Mix Terhadap Kepuasan Konsumen di Alfamart Tirta Agung Tembalang Semarang*. Skripsi. Institut Agama Islam Negeri Walisongo. Semarang.
- Badan Pusat Statistik. 2016. *Konsumsi Buah dan Sayur Susenas Maret 2016*.
- Batubara, Shanty R., 2009. *Analisis Pemasaran Sayuran Organik di PT Agro Lestari Ciawi Bogor Jawa Barat*. Skripsi. Institut Pertanian Bogor. Bogor.
- Gardjito, M., Handayani, W., dan Salfarino, R., 2015. *Penanganan Segar Hortikultura untuk Penyimpanan & Pemasaran*. Jakarta : Prenadamedia Group.
- Ghanimata, Fifyanita. 2012. *Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian*. Skripsi. Universitas Diponegoro. Semarang.
- Hariadi. Doni. 2012. *Pengaruh Produk, Harga, Promosi, dan Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Projector Mocrovision*. Surabaya. Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen. 1(8).
- Haslinda dan Jamaluddin, M., 2016. *Pengaruh Perencanaan Anggaran dan Evaluasi Anggaran Terhadap Kinerja Organisasi Dengan Standar Biaya Sebagai Variabel Moderating Pada Pemerintah Daerah Kabupaten Wajo*. Makassar. Jurnal Ilmiah Akuntansi Peradapan. 2(1)
- Fuad, Aan N., Arifin, Zainul, dan Yulianto, Edy. 2013. *Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian*. Jurnal Administrasi Bisnis. Malang.
- Kotler, Philip., dan Amstrong, Gary. 2003. *Dasar-Dasar Pemasaran Edisi Kesembilan*. Jakarta : Indeks.
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. 2009. *Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 1*. Jakarta : Erlangga

- Kotler, Philip., dan Amstrong, Gary. 2010. *Principles of Marketing Edisi 13*. United States of America : Pearson.
- Lestari dan Simanjuntak, Daslan. 2017. *Pengaruh Produk, Harga, Distribusi, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Minimarket Radja Pas Rantauprapat Kabupaten Labuhanbatu*. Jurnal Ecobisma. 4(1).
- Ma'aruf, Hendri. 2006. *Pemasaran Ritel*. Jakarta : Gramedia.
- Nazaruddin. 1999. *Budidaya dan Pengaturan Panen Sayuran Dataran Rendah*. Jakarta : Penebar Swadaya.
- Nazir, Moh. 2003. *Metode Penelitian*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Pertiwi, Marina I., Yulianto, Edy., dan Sunarti. 2016. *Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian (Survei pada Konsumen Baker's King Donuts & Coffee di MX Mall Malang)*. Jurnal Administrasi Bisnis. 37(1)
- Purwanto, SK, dan Suharyadi. 2004. *Statistik Untuk Ekonomi dan Keuangan Modern*. Jakarta : Salemba Empat.
- Putra, Rudi dan Ibrahim, Mariaty. 2016. *Pengaruh Lokasi dan Promosi Terhadap Keputusan Konsumen Bisnis Properti*. Pekanbaru. JOM FISIP. 3(1)
- Raharjo, Reza Haditya. 2015. *Analisis Pengaruh Keberadaan Minimarket Modern Terhadap Kelangsungan Usaha Toko Kelontong di Sekitarnya (Studi Kasus Kawasan Semarang Barat, Banyumanik, Pedurungan Kota Semarang)*. Universitas Diponegoro. Semarang
- Riduwan, M.B.A, 2011. *Belajar Mudah Penelitian Untuk Guru, Karyawan, dan Peneliti Pemula*. Bandung : Alfabeta.
- Selang, Christian A.D. 2013. *Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Fresh Mart Bahu Mall Manado*. Manado. Jurnal EMBA. 1(3).
- Setyani, Erina. 2015. *Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Toko Alat Tulis Hadi Sutrisno Putra 2 Limpung*. Skripsi. Universitas Islam Negeri Walisongo. Semarang.
- Shinta, Agustina. 2011. *Manajemen Pemasaran*. Malang : UB Press
- Sinambela, Lijan Poltak. 2014. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

- Suci, D.W., Eliza, dan Maharani, E. 2014. *Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Pembelian Buah dan Sayur Sistem Ritel di Pasar Buah Pekanbaru*. Pekanbaru. JOM FAPERTA. 1(2).
- Sudaryono, 2016. *Manajemen Pemasaran : Teori & Implementasi*. Yogyakarta : ANDI.
- Sugiyono. 2004. *Metode Penelitian Administrasi*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sunyoto, Danang. 2012. *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran : Konsep, Strategi, dan Kasus*. Yogyakarta : CAPS.
- Sunyoto, Danang. 2012. *Analisis Validitas & Asumsi Klasik*. Jogjakarta : Gava Media.
- Susanto, Ari. 2011. *Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian di Pasar Baru dan Pasar Sayur Magetan*. Skripsi. Universitas Sebelas Maret. Surakarta.
- Wantini, Saiz., Martono, Trisno., dan Hindrayani, Aniek. 2013. *Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Emping Mlinjo di Kelurahan Ngadirejo Kecamatan Kartasura*. Jurnal Pendidikan Bisnis dan Ekonomi. 1(1)
- Zulkarnain. 2014. *Entrepreneurial Marketing : Teori & Implementasi*. Yogyakarta : Graha Ilmu.