

BAB V PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian atas dasar pengujian hipotesis maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut.

1. Bauran pemasaran (*marketing mix*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen di minimarket Trenshop Yayasan Assa'idiyyah Al-Qudsy. Hal ini dibuktikan berdasarkan hasil analisis data menggunakan SPSS dengan nilai t hitung $>$ t tabel ($5,250 > 1,98472$), taraf signifikan lebih kecil dari 0,05 yaitu sebesar 0,000. Secara parsial variabel independen (X1) Bauran Pemasaran (*marketing mix*) merupakan variabel bebas yang berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel (Y) yaitu keputusan pembelian konsumen di minimarket Trenshop, dan t hitung positif artinya bauran pemasaran berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian konsumen di minimarket Trenshop. Dengan demikian Hipotesis pertama (H1) di terima. Hasil pengujian dalam penelitian ini menunjukkan dengan kemampuan dalam menerapkan strategi bauran pemasaran 4P (*product, price, promotion, place*) seperti memberikan diskon potongan harga akan membuat pelanggan tertarik untuk berbelanja, maka secara otomatis pengaruh dari startegi bauran pemasaran terhadap keputusan pembelian konsumen di minimarket Trenshop akan meningkat.
2. Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen di minimarket Trenshop Yayasan Assa'idiyyah Al-Qudsy. Hal ini dibuktikan berdasarkan hasil analisis data menggunakan SPSS dengan nilai t hitung $>$ t tabel ($2,953 > 1,98472$), dengan taraf signifikan lebih kecil dari 0,05 sebesar 0,004. Secara parsial variabel independen (X2) Kualitas pelayanan merupakan variabel bebas yang berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel (Y) yaitu keputusan pembelian konsumen di minimarket Trenshop, dan t hitung positif artinya kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian konsumen di minimarket Trenshop. Dengan demikian Hipotesis kedua (H₂) di terima. Hasil pengujian dalam penelitian ini menunjukkan bahwa dengan kemampuan kualitas pelayanan yang diberikan oleh karyawan di minimarket Trenshop dengan maksimal seperti selalu membersihkan ruangan dan menata dengan rapi akan membuat konsumen nyaman berada di ruangan. Dengan ini dapat membuktikan kepada konsumen

dalam mendapatkan pelayanan sesuai apa yang mereka harapkan, maka konsumen otomatis akan merasa puas dan loyal jika mempertahankan kualitas pelayanan dengan baik.

B. Saran

Berdasarkan pada penelitian di atas, penulis akan menyampaikan saran sehingga dapat bermanfaat untuk kedepannya, dan harapan penulis saran yang disampaikan dapat memperbaiki kekurangan pada penelitian ini. Adapun saran penelitian adalah sebagai berikut:

1. Bagi peneliti yang akan menggunakan penelitian dengan tema yang sama disarankan menambahkan variabel di luar penelitian ini, karena mengingat kemampuan penulis masih memiliki keterbatasan dalam menambahkan variabel lain.
2. Saran yang diberikan oleh penulis untuk perusahaan ataupun UMKM khususnya bisnis dibidang penjualan retail yang belum menggunakan strategi *marketing mix* dan kualitas pelayanan bisa menambahkan strategi tersebut karena sudah terbukti dalam penelitian ini kedua strategi tersebut mampu memberikan dampak positif.