

## BAB V PENUTUP

### A. Kesimpulan

Penelitian, pembahasan, dan analisis statistik yang peneliti lakukan mengenai pengaruh produk (*product*), harga (*price*), tempat (*place*), dan promosi (*promotion*) terhadap peningkatan volume penjualan pada *Business Center* SMK Negeri 1 Pati *Center* SMK Negeri 1 Pati.

1. Produk (*product*) (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan volume penjualan pada *Business Center* SMK Negeri 1 Pati. Uji t menunjukkan bahwa nilai t hitung lebih besar dari nilai t tabel yaitu  $2,341 > 1,660$  dan tingkat signifikansi sebesar  $0,021 < 0,05$ .
2. Hipotesis H2, harga (*price*) (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan volume penjualan *Business Center* SMK Negeri 1 Pati. Karena nilai  $t_{hitung}$  lebih besar dari  $t_{tabel}$  yakni  $2,016 > 1,660$  dan tingkat signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$ ., maka hasil uji t mendukung pernyataan tersebut.
3. Hipotesis H3, tempat (*place*) (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan volume penjualan (Y) pada *Business Center* SMK Negeri 1 Pati.  $t_{hitung}$  lebih besar dari  $t_{tabel}$  yakni  $3,931 > 1,660$  dan tingkat signifikansi sebesar  $0,047 < 0,05$ . dan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 (0,000), maka hasil uji t mendukung pernyataan tersebut.
4. Hipotesis 4 diterima sebagai hipotesis di SMK Negeri 1 Pati, hubungan antara promosi (X3) dan peningkatan volume penjualan (Y) adalah signifikan dan positif. Hal ini terjadi karena  $t_{hitung}$  lebih besar dari  $t_{tabel}$  yakni  $4,251 > 1,660$  dan tingkat signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$ .

### B. Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas, peneliti memberikan beberapa saran yang bisa dijadikan sebagai bahan pertimbangan sebagai berikut:

1. Bagi pembeli dihimbau untuk menjadi konsumen yang cerdas dengan tujuan menjaga hubungan baik dengan *Business Center* SMK Negeri 1 Pati *Center* SMK Negeri 1 Pati
2. Bagi pihak *Business Center* SMK Negeri 1 Pati *Center* SMK Negeri 1 Pati diharapkan mampu mempertahankan pelayanan dan meningkatkan strategi pemasaran serta memberikan informasi yang jelas sesuai dengan fakta.

3. *Business Center* SMK Negeri 1 Pati *Center* SMK Negeri 1 Pati harus mempertimbangkan keberadaan produk halal di dalam tokonya. Jika bisa seluruh produk yang dijual harus berlabel halal. Mengingat mayoritas konsumen di Kota Pati adalah muslim.
4. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan mampu dijadikan referensi untuk mengembangkan penelitian selanjutnya, dengan menambahkan variabel penelitian lainnya.

