

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh bauran pemasaran dan kualitas pelayanan terhadap minat beli konsumen di UD Mahmud Pati. Responden dalam penelitian ini berjumlah 96 konsumen. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil statistik, bauran pemasaran terhadap minat beli konsumen di UD Mahmud Pati menunjukkan nilai t hitung lebih besar dari t tabel ($4.141 > 1.985$) dengan p value (sig) sebesar 0.00 (lebih kecil dari 0.05). Dengan demikian dapat diambil kesimpulan bahwa variable bauran pemasaran berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen di UD Mahmud Pati.

Oleh karena itu, hipotesis pertama (H1) yang menyatakan bahwa bauran pemasaran (X1) berpengaruh terhadap minat beli konsumen (Y) di UD Mahmud Pati. **Diterima.**

2. Berdasarkan hasil statistik, kualitas pelayanan terhadap minat beli konsumen di UD Mahmud Pati menunjukkan nilai t hitung lebih besar dari t tabel ($4.950 > 1.985$) dengan p value (sig) sebesar 0.00 (lebih kecil dari 0.05). Dengan demikian, dapat diambil kesimpulan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen di UD Mahmud Pati.

Oleh karena itu, hipotesis kedua (H2) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan (X2) berpengaruh terhadap minat beli konsumen di UD Mahmud Pati. **Diterima.**

3. Berdasarkan hasil statistik, menunjukkan nilai f hitung sebesar 77.811 dan f table sebesar 3.09, ini berarti nilai f hitung lebih besar dari f tabel ($77.811 > 3.09$) dengan p value (sig) sebesar 0.00 (lebih kecil dari 0.05). Dengan demikian dapat diambil kesimpulan bahwa variabel bauran pemasaran dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh dan signifikan terhadap minat beli konsumen di UD Mahmud Pati.

Oleh karena itu, hipotesis ketiga (H3) yang menyatakan bahwa bauran pemasaran (X1) dan kualitas pelayanan (X2) secara simultan berpengaruh terhadap minat beli konsumen di UD Mahmud Pati. **Diterima.**

B. Saran

Berdasarkan penelitian diatas, adapun saran untuk penelitian selanjutnya meliputi:

1. Bagi UD Mahmud Pati.
UD Mahmud Pati hendaknya memperhatikan bagian bauran pemasaran dan kualitas pelayanan karena kedua variable tersebut mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat beli konsumen.
2. Bagi penelitian selanjutnya
Untuk penelitian-penelitian selanjutnya hendaknya menggunakan variable bebas lain yang lebih banyak untuk mengetahui pengaruh bauran pemasaran dan kualitas pelayanan terhadap minat beli konsumen secara lebih komperhensif dan mendalam.

C. Penutup

Alhamdulillah penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufiq, hidayah serta inayah-Nya dari awal pengerjaan skripsi hingga saat ini, sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian skripsi ini yang berjudul “Pengaruh Bauran Pemasaran dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Konsumen di UD Mahmud Pati”.

Harapan dari penulis semoga penelitian skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi diri pribadi dan pembaca pada umumnya, khususnya bagi UD Mahmud Pati yang mana bisa membantu dalam mengevaluasi dan memberikan gambaran mengenai pembelian yang terjadi di UD Mahmud Pati. Penulis membutuhkan kritik, saran, serta masukan dan solusi yang membangun untuk penyempurnaan skripsi ini yang bersifat konstruktif serta masuk akal. Sebagai penutup, penulis mohon maaf atas segala kekurangan dan kesalahan dalam penulisan ini.

Akhir kata penulis ucapkan banyak terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini, semoga senantiasa mendapat balasan kebaikan dari Allah SWT.