

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan

Proses penarikan simpulan dalam penelitian ini adalah berdasar pada rumusan masalah yang diajukan serta hasil uji hipotesis yang telah dilakukan. Dengan demikian simpulan dari pelaksanaan penelitian ini adalah:

1. Bauran produk terbukti berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen. Hasil ini didasarkan pada nilai Signifikansi (p-value) yang dihasilkan sebesar 0,017 lebih kecil dari 0,05, dan nilai t hitung (2,431) lebih besar dari nilai t tabel (2,353).
2. Bauran harga, distribusi dan promosi terbukti tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Hasil ini didasarkan pada nilai Signifikansi (p-value) yang dihasilkan lebih besar dari 0,05, dan nilai t hitung lebih besar dari nilai t tabel (2,353).
3. Bauran pemasaran yang terdiri dari bauran produk, bauran harga, bauran distribusi dan bauran promosi secara bersama-sama terbukti berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen. Hasil ini didasarkan pada nilai Signifikansi (p-value) yang dihasilkan sebesar 0,043 lebih kecil dari 0,05, dan nilai F hitung (2,569) lebih besar dari nilai F tabel (2,47).

B. Saran

Saran yang diajukan adalah sebagai berikut:

1. Pihak pemilik PD. Meubel Marthi Palembang diharapkan dapat selalu mengevaluasi kegiatan pemasaran produk jatinya.
2. Pihak pemilik PD. Meubel Marthi Palembang hendaknya mempertimbangkan penetapan harga melalui program diskon untuk setiap item produk pada periode tertentu sehingga dapat menciptakan pembelian oleh konsumen.
3. Pihak pemilik PD. Meubel Marthi Palembang hendaknya mempertimbangkan untuk memperluas tingkatan distribusi yang dimiliki saat ini. Hal ini guna mempermudah konsumen dalam memperoleh produk jati.
4. Pihak pemilik PD. Meubel Marthi Palembang hendaknya mempertimbangkan penggunaan media massa dalam mempromosikan produk jatinya.