

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Dengan melihat hasil penelitian yang telah dibahas, maka dapat ditarik kesimpulan:

1. Variabel bauran pemasaran (X) mempunyai peran yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan di toko busana muslim DANNIS Collection Pati. Terlihat $t_{hitung} (0,460) > t_{tabel} (1,6736)$ yang berarti bauran pemasaran mempunyai andil dalam mempengaruhi kepuasan pelanggan pada toko busana muslim DANNIS Collection Pati. Terlihat F_{hitung} sebesar 6,212 dengan nilai signifikansi 0,047, karena nilai signifikan lebih kecil dari 0,05, yang bauran pemasaran mempunyai andil dalam mempengaruhi kepuasan pelanggan pada toko busana muslim DANNIS Collection Pati.
2. Jika diantara produk, harga, lokasi, dan promosi yang paling berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan adalah bagian produk.

5.2. Saran

Setelah penulis melakukan penelitian dan pengamatan mengenai peran bauran pemasaran terhadap kepuasan pelanggan di toko DANNIS Collection Pati, maka penulis ingin menyampaikan beberapa saran dengan harapan dapat menjadi acuan dalam

mewujudkan suatu konsep pemasaran yang lebih baik dan benar-benar sesuai dengan konsep ideal, yaitu:

1. Bagi pemilik toko busana muslim hendaknya berusaha senantiasa meningkatkan keragaman produk terutama pada ketersediaan produk secara lengkap baik dalam merk, ukuran, dan kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumen.
2. Bagi karyawan hendaknya selalu tanggap dengan segala kebutuhan pengunjung secara lebih cepat dan tepat, baik dalam memberikan bantuan yang dibutuhkan, khususnya untuk pengunjung-pengunjung yang kesulitan dalam mencari produk yang diinginkan agar mereka mendapatkan kepuasan atas jasa yang dibelinya dan akan kembali untuk melakukan pembelian ulang.
3. Untuk peneliti selanjutnya, hendaknya untuk memperluas penelitian sehingga diperoleh informasi yang lebih lengkap tentang faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan.