

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

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

- 5.1.1 Variabel *product* berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian, dan signifikan.

Hasil uji empiris pengaruh *product* terhadap keputusan pembelian di Swalayan Bin Nawawi menunjukkan nilai beta sebesar 0,284 dan p value (Sig) sebesar 0,000 yang di bawah alpha 0,05. Kondisi ini menunjukkan ketika kualitas produk di Swalayan Bin Nawawi naik, maka keputusan masyarakat berbelanja di Swalayan Bin Nawawi juga naik dan temuan ini signifikan dan cukup dipercaya diketahui nilai t hitung 5,160 yang diatas nilai t tabel sebesar 0,207 atau nilai signifikan yang dibawah 5%.

- 5.1.2. Variabel *price* berpengaruh negatif terhadap keputusan pembelian, tetapi tidak signifikan.

Hasil uji empiris pengaruh *price* terhadap keputusan pembelian di Swalayan Bin Nawawi menunjukkan nilai beta sebesar -0,009 dan p value (Sig) sebesar 0,888 yang di atas alpha 0,05. Kondisi ini menunjukkan ketika harga (*Price*) barang-barang di Swalayan Bin Nawawi naik maka keputusan masyarakat berbelanja di Swalayan Bin Nawawi turun, akan tetapi temuan ini tidak signifikan atau tidak cukup dipercaya. Kondisi ini diketahui angka t hitung sebesar 0,141 yang dibawa angka t tabel sebesar 0,207 atau nilai signifikan yang diatas 5%.

5.1.3 Variabel *place* berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian dan signifikan.

Hasil uji empiris pengaruh *place* terhadap keputusan pembelian dalam berbelanja di Swalayan Bin Nawawi menunjukkan nilai beta sebesar 0,222 dan p value (Sig) sebesar 0,008 yang di bawah alpha 0.05. kondisi ini menunjukkan ketika tempat (*Place*) aman serta nyaman maka keputusan masyarakat berbelanja di Swaayan Bin Nawawi naik dan temuan ini signifikan dan cukup dipercaya diketahui nilai t hitung 2,712 yang diatas angka t tabel sebesar 0,207, atau nilai signifikan yang diatas 5%.

5.1.4 Variabel *promotion* berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian.

Hasil uji empiris pengaruh *promotion* terhadap keputusan pembelian di Swalayan Bin Nawawi menunjukkan Nilai beta sebesar 0,260 dan p value (Sig) sebesar 0,000 yang di bawah alpha 0.05. Kondisi ini menunjukkan ketika promosi (*Promotion*) di Swalayan Bin Nawawi baik dan menarik baik dan menarik maka keputusan masyarakat dalam berbelanja di Swalayan Bin Nawawi naik dan temuan ini signifikan dan cukup dipercaya diketahui nilai t hitung 4,938 yang diatas angka t tabel sebesar 0,207 atau nilai signifikan yang diatas 5%.

5.1.5 *Product, price, place, promotion* pada Swalayan Bin Nawawi berpengaruh terhadap keputusan pembelian, hal ini diperoleh dari analisis F test yang menunjukkan nilai 37,385 dengan tingkat probabilitas 0,000 yang di bawah alpha 0,05. Hal itu berarti bahwa secara bersama-sama variabel independen antara *product, price, place, promotion* secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian dalam berbelanja di Swalayan Bin Nawawi.

## **5.2 Saran**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan maka saran yang dapat diajukan adalah sebagai berikut:

### **5.2.1. Bagi Pengelola Swalayan Bin Nawawi**

Dari penelitian ini didapatkan hasil bahwa produk paling berpengaruh terhadap keputusan pembelian maka bai Swalayan Bin Nawawi diharapkan untuk terus memperhatikan kualitas produk yang ada sedangkan harga satu-satunya variable yang tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian maka Swalayan bin Nawawi diharapkan untuk berhati-hati dalam menaikkan harga.

### **5.2.2. Bagi Santri**

Hendaknya selalu meningkatkan pengetahuannya dalam bidang perkoperasian dan pengelolaan usaha, sehingga nantinya akan menjadi alumni pesantren yang tangguh di bidang agama dan ekonmi.

### **5.2.3. Bagi Peneliti selanjutnya**

Hendaknya untuk memperluas penelitian sehingga diperoleh informasi yang lebih lengkap tentang keputusan membeli seseorang yang didasari pola pengelolaan *marketing mix* yang baik.

## **5.3. Keterbatasan Penelitian**

Peneliti menyadari bahwasanya dalam penelitian ini pasti terjadi banyak kendala dan hambatan. Hal itu bukan karena faktor kesengajaan, akan tetapi karena adanya keterbatasan dalam melakukan penelitian. Adapun beberapa keterbatasan yang dialami dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

### 5.3.1. Keterbatasan tempat penelitian

Penelitian yang penulis lakukan hanya terbatas pada satu tempat, yaitu di Swalayan Bin Nawawi, sehingga kalau penelitian ini dilaksanakan di semua Swalayan Purworejo atau ditempat lain kemungkinan hasilnya berbeda. Namun demikian, tempat ini dapat mewakili untuk dijadikan tempat penelitian dan walaupun hasil penelitian di tempat lain akan berbeda, tetapi kemungkinannya tidak jauh menyimpang dari hasil penelitian yang penulis lakukan

### 5.3.2. Keterbatasan waktu

Waktu juga memegang peranan yang sangat penting, dan penelitian ini hanya dilaksanakan dalam waktu sebulan. Namun demikian peneliti di dalam melaksanakan penelitian ini adalah mahasiswa yang memegang tugas dan kewajiban untuk kuliah. Hal ini berimplikasi terhadap observasi dan juga penyebaran angket kepada responden.

### 5.3.3. Keterbatasan biaya

Biaya memegang peranan penting dalam penelitian ini. Peneliti menyadari, bahwa dengan minimnya biaya penelitian telah menyebabkan penelitian ini sedikit terhambat.

Dari berbagai keterbatasan yang penulis paparkan di atas maka dapat dikatakan dengan sejujurnya, bahwa inilah kekurangan dari penelitian ini yang penulis lakukan di Swalayan Bin Nawawi