

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dalam pembahasan masalah yang berkaitan dengan Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian pada Butik Batik Gajah Mada Tulungagung, maka diperoleh kesimpulan hasil penelitian sebagai berikut:

1. Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.
2. Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.
3. Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.
4. Tempat berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.
5. Orang berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.
6. Proses berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.
7. Bukti Fisik berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

8. Bauran pemasaran (Produk, Harga, Promosi, Tempat, Orang, Proses, dan Bukti Fisik) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan dan kesimpulan di atas, maka diajukan beberapa saran sebagai berikut:

1. Bagi Akademis

Diharapkan penelitian ini bisa bermanfaat bagi pengembangan ilmu khususnya mengenai Bauran Pemasaran terhadap Keputusan Pembelian, bermanfaat untuk sumbangan teori, sebagai bahan referensi atau rujukan, dan tambahan pustaka pada perpustakaan IAIN Tulungagung.

2. Bagi Praktis:

- a. Bagi Penulis

Sebagai penambah wawasan penulis dalam pemahaman mengenai Bauran Pemasaran terhadap Keputusan Pembelian.

- b. Bagi Butik Batik Gajah Mada Tulungagung

Penelitian ini dapat digunakan sebagai masukan bagi pihak Butik Batik Gajah Mada Tulungagung sehingga mengetahui faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian.

c. Bagi Peneliti Selanjutnya

Diharapkan penelitian ini dapat dijadikan sebagai penambah wawasan dan peneliti selanjutnya diharapkan juga melakukan penelitian lebih lanjut yang spesifik dengan menambah beberapa faktor lainnya yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian.