

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dengan melihat hasil penelitian yang telah dibahas mengenai pengaruh *marketing mix* (produk, harga, distribusi, promosi) terhadap keputusan pembelian ulang dengan kepuasan konsumen sebagai variabel intervening, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa, produk berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian ulang (studi kasus pada soto ayam kampung sido marem Pak Ji, Desa Kalangbret Kabupaten Tulungagung). Hal tersebut menunjukkan bahwa tingkat kualitas produk yang baik akan mengakibatkan konsumen melakukan pembelian ulang.
2. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa, harga berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian ulang (studi kasus pada soto ayam kampung sido marem Pak Ji, Desa Kalangbret Kabupaten Tulungagung). Hal tersebut menunjukkan bahwa tingkat harga yang baik akan mengakibatkan konsumen melakukan pembelian ulang.
3. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa, distribusi berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian ulang (studi kasus pada soto ayam kampung sido marem Pak Ji, Desa

Kalangbret Kabupaten Tulungagung). Hal tersebut menunjukkan bahwa tingkat kualitas distribusi yang baik akan mengakibatkan konsumen melakukan pembelian ulang.

4. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa, promosi berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian ulang (studi kasus pada soto ayam kampung sido marem Pak Ji, Desa Kalangbret Kabupaten Tulungagung). Hal tersebut menunjukkan bahwa kualitas promosi yang baik akan mengakibatkan konsumen melakukan pembelian ulang.
5. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa, produk berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen (studi kasus pada soto ayam kampung sido marem Pak Ji, Desa Kalangbret Kabupaten Tulungagung). Hal tersebut menunjukkan bahwa tingkat kualitas produk yang baik maka akan menciptakan kepuasan konsumen.
6. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa, harga berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen (studi kasus pada soto ayam kampung sido marem Pak Ji, Desa Kalangbret Kabupaten Tulungagung). Hal tersebut menunjukkan bahwa tingkat kualitas harga yang baik maka akan menciptakan kepuasan konsumen.
7. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa, distribusi berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen (studi kasus pada soto ayam kampung sido marem Pak Ji, Desa Kalangbret Kabupaten Tulungagung). Hal tersebut menunjukkan bahwa tingkat

kualitas distribusi yang baik maka akan menciptakan kepuasan konsumen.

8. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa, promosi berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen (studi kasus pada soto ayam kampung sido marem Pak Ji, Desa Kalangbret Kabupaten Tulungagung). Hal tersebut menunjukkan bahwa tingkat kualitas promosi yang baik maka akan menciptakan kepuasan konsumen.
9. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa, kepuasan konsumen berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian ulang (studi kasus pada soto ayam kampung sido marem Pak Ji, Desa Kalangbret Kabupaten Tulungagung). Hal tersebut menunjukkan bahwa apabila konsumen merasa puas maka akan melakukan pembelian ulang.
10. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa, *Product, Price, Promotion, dan Place/distribution* berpengaruh terhadap keputusan pembelian ulang dengan kepuasan konsumen sebagai variabel intervening (studi kasus pada soto ayam kampung sido marem Pak Ji, Desa Kalangbret, Kabupaten Tulungagung).

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan dari hasil penelitian di atas, maka penulis memberikan saran sebagai berikut:

1. Bagi Akademisi

Diharapkan penelitian ini bermanfaat bagi pengembangan ilmu, khususnya mengenai pengaruh *marketing mix* terhadap keputusan pembelian ulang dengan kepuasan konsumen sebagai variabel intervening (studi kasus pada soto ayam kampung sido marem Pak Ji, Desa Kalangbret, Kabupaten Tulungagung) yang bermanfaat sebagai bahan referensi atau rujukan khususnya di jurusan Ekonomi Syariah dan tambahan pustaka pada perpustakaan IAIN Tulungagung.

2. Bagi pihak Warung Soto Ayam Kampung Sido Marem Pak Ji, Desa Kalangbret, Kabupaten Tulungagung

Berdasarkan interpretasi hasil dari penelitian adalah Soto Ayam Kampung Sido Marem Pak Ji dapat berupaya mempertahankan kualitas produknya karena sudah banyak digemari dan dikenal oleh masyarakat Tulungagung dari ciri khas rasanya, kemudian lebih bijak dalam memilih bahan baku yang berkualitas dan murah agar dapat menekan biaya produksi yang dilakukan oleh warung soto ayam kampung sido marem Pak Ji.

Soto ayam kampung sido marem Pak ji juga dapat berupaya meningkatkan penjualannya dengan melakukan promosi-promosi

seperti mendaftarkan usahanya dalam media online seperti grab food karena hal tersebut secara efektif dapat dijadikan mangsa pasar yang lebih luas lagi. Selain hal tersebut Soto Ayam Kampung Sido Marem Pak Ji juga dapat meningkatkan kualitas pelayanan agar terciptanya tingkat kepuasan konsumen yang mengakibatkan terjadinya pembelian berulang.

3. Bagi Peneliti Yang Akan Datang

Bagi peneliti yang akan datang sebagai acuan dan untuk penelitian selanjutnya diharapkan untuk menambah variabel lain seperti menambah 3P yaitu *people* (partisipan), *process* (proses), dan *physical evidence* (lingkungan fisik) menjadi *marketing mix 7P* agar dapat diketahui faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian ulang.