

BAB VI

KESIMPULAN

A. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh *marketing mix*, kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen terhadap keputusan pembelian konsumen di Koperasi Mahasiswa Al-Kautsar IAIN Tulungagung. Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan dari bab diatas, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. *Marketing mix* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di Koperasi Mahasiswa Al-Kautsar IAIN Tulungagung, hal ini dapat dilihat dari nilai signifikasni sebesar 0.006 dengan besaran pengaruh 2,758. Hasil ini mendukung hipotesis pertama apabila *marketing mix* ditingkatkan, maka keputusan pembelian konsumen juga akan meningkat.
2. Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di Koperasi Mahasiswa Al-Kautsar IAIN Tulungagung, hal ini dapat dilihat dari nilai signifikasni sebesar 0.038 dengan besaran pengaruh 2,090. Hasil ini mendukung hipotesis kedua apabila kualitas pelayanan ditingkatkan, maka keputusan pembelian konsumen juga akan meningkat.
3. Kepuasan konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di Koperasi Mahasiswa Al-Kautsar IAIN Tulungagung, hal ini dapat dilihat dari nilai signifikasni sebesar 0.000

dengan besaran pengaruh 7,308. Hasil ini mendukung hipotesis ketiga apabila kepuasan konsumen ditingkatkan, maka keputusan pembelian konsumen juga akan meningkat.

4. Variabel *marketing mix*, kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen berpengaruh simultan sebesar 64,5% terhadap keputusan pembelian konsumen.

B. Saran

Berdasarkan hasil simpulan, maka saran yang dapat penulis berikan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Pengusaha
 - a. Dalam usahanya Koperasi Mahasiswa IAIN Tulungagung diharapkan selalu menerapkan *marketing mix* dengan baik, khususnya dalam penerapan produk, harga, promosi, dan tempat. Yaitu dengan cara selalu menjaga kualitas produk, menjual produk dengan harga yang sesuai, mengadakan promosi untuk menarik pelanggan dan menyediakan tempat yang layak.
 - b. Koperasi Mahasiswa IAIN Tulungagung diharapkan selalu mempertahankan kualitas pelayanan yang baik yaitu dengan keramah tamahan yang diterapkan oleh karyawan kepada konsumen, memahami kebutuhan konsumen, dan pelayanan yang dilakukan dengan handal.

c. Koperasi Mahasiswa IAIN Tulungagung diharapkan selalu memberikan kepuasan terhadap konsumennya. Dengan kepuasan maka konsumen akan menjadi loyal.

2. Bagi Akademik

Penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi pengembangan penelitian sejenis, khususnya penelitian yang berkaitan dengan marketing mix, kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen. Dalam hal yang lain penelitian ini diharapkan dapat dijadikan salah satu sumber pengetahuan bagi pelajar maupun mahasiswa yang akan penelitian. Serta diharapkan penelitian ini dapat dijadikan bahan masukan atau referensi yang cukup untuk penelitian yang lebih lanjut.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Bagi peneliti yang tertarik melakukan penelitian sejenis, diharapkan untuk lebih menganalisis kajian data maupun teori yang digunakan dalam mendukung pengerjaan penelitian ini. Peneliti menyadari bahwa penelitian ini masih banyak kekurangan baik dari kelengkapan data penelitian, validitas data maupun cara pemaparan dan analisis data hasil penelitian. sehingga diharapkan ada penelitian lanjutan yang lebih mendalam supaya hasil yang dipaparkan bisa sesuai dengan suatu kondisi yang sebenarnya.