BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan pada bab V dari hasil penelitian yang penulis lakukan mengenai analisis bauran pemasaran 7P *(product, price, place, promotion, people, physical evidence, proces)* terhadap minat beli ulang konsumen di Tupani Swalayan Ngadirojo Pacitan maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Bauran pemasaran yang dilakukan oleh Tupani Swalayan Ngadirojo Pacitan terdapat sistem pemasaran yang menggabungkan beberapa unsur yaitu bauran pemasarn 7P *(product, price, place, promotion, people, physical evidence, proces)* yang mana tujuh unsur tersebut sudah diterapkan dan dilakukan dengan baik di Tupani Swalayan Ngadirojo Pacitan. Produk yang lengkap dan kualitas yang standart, harga yang terjangkau, tempat yang strategis, nyaman dan bersih, serta promosi yang simple dan tidak mengeluarkan banyak biaya, karyawan yang ramah, bukti fisik yang memadai serta proses pnyaluran barang yang mudah dan praktis.
2. Faktor yang menjadi pertimbangan konsumen dalam melakukan pembelian ulang di Tupani Swalayan Ngadirojo Pacitan yaitu pertama adalah kepuasan yang telah dirasakan oleh para konsumen dari sistem pelayanan, produk harga serta penyediaan tempat dari pihak Tupani Swalayan Ngadirojo Pacitan. Selain itu terdapat faktor lainnya yaitu,

faktor budaya, faktor sosial, faktor probadi, faktor psikologis, faktor lingkungan, faktor antar pribadi dan faktor pengalaman.

B. Saran

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bauran pemasaran yang dilakukan oleh pemilik Tupani swalayan Ngadirojo Pacitan sehingga membuat banyak konsumen yang melakukan pembelian ulang di Tupani swalayan Ngadirojo Pacitan. Berdasarkan kesimpulan diatas dapat diajukan beberapa saran yang diungkapkan oleh penulis antara lain:

1. Bagi Tupani Swalayan Ngadirojo Pacitan sebaiknya lebih meningkatkan dan menggencarkan promosi agar lebih efektif dalam menghadapi persaingan,karena semakin berkembangnya zaman dan kemajuan teknologi banyak muncul swalayan-swalayan baru dengan sistem yang lebih modern. Selain itu di harapkan untuk pihak swalayan untuk melakukan pembukuan agar mengetahui berapa pemasukan dan pengeluaran serta keuntungan setiap bulannya. Dan melakukan optimalisasi ataupun pembagian tugas secara terstruktur kepada karyawan agar lebih terarah dan lebih optimal dalam melayani pembeli.
2. Bagi penelitian selanjutnya diharapkan dapat dijadikan sebagai rujukan maupun kajian lanjutan yang berkaitan dengan permasalahan yang sama sehingga dapat menyempurnakan hasil penelitian yang sudah penulis teliti tentang analisis bauran pemasaran 7P *(product, price, place, promotion, people, physical evidence, proces)* terhadap pembelian ulang konsumen. Ataupun dapat menambah informan saat wawancara.

3. Bagi akademik, diharapkan penelitian ini dapat memberikan informasi tentang strategi bauran pemasaran agar dapat dijadikan bahan pembelajaran dalam perkuliahan serta memberikan kontribusi guna menambah kebendaharaan perpustakaan IAIN Tulungagung.

DAFTAR RUJUKAN

Abdullah, Thamrin dan Tantri, Franis.2016. *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Rajawali Pers

A.D Christian Selang. 2013 *Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Konsumen pada Fresh Mart Bahu Mall Manado*,Manado : Universitas Sam Ratulangi

Amir, Taufiq. 2005. *Dinamika Pemasaran Jelajahi dan Rasakan*, Jakarta : PT RAJAGRAFINDO PERSADA

Anoraga, Pandji.2004. *Manajemen Bisnis*, Jakarta: PT RINEKA CIPTA

Arikunto, Suharsimi. 1998. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, Jakarta: Rineka Cipta

Assauri, Sofjan. 2015. *Manajemen Pemasaran*, Jakarta : PT Raja Grafindo Persada

Asyari, Imam. 1983. *Metode Penelitian Sosial*, Surabaya:Usaha Nasional

Budianto, Apri.2015. *Manajemen Pemasaran*, Yogyakarta : Anggota IKAPI

Bungin, Burhan. 2003. *Analisis Data Penelitian Kulatitatif Pemahaman Filosofis Dan Metologi Ke Arah Penguasaan Model Aplikasi*, Jakarta: Raja Grafindo Persada

Daryanto, Tri Joko, Aliyah, Istijabatul, dkk. 2007. *Peran Pasar Tradisional Dalam Mendukung Pengenmbangan Pariwisata Kota Surakarta*, Surakarta : Jurnal Mahasiswa Gema Teknik

Diana, Ilfi Nur. 2012. *Hadits-Hadits Ekonomi*, Malang: UIN MALIKI PRESS

Erawati, Pungky. 2015. *Analisis Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Bakso Sehat Bakso Atom*, Jakarta : mahasiswa UIN Sarif Hidayatullah

Fauzi, Ihzan. 2008. Marketing for Teen Cara Mudah Belajar Pemasaran, Surakarta: PT Era Intermedia

Furchan, Arif. 1992. *Pengantar Metodologi Penelitian Kualitatif*, Surabaya:Usaha Nasional

https://www.gomarketingstrategic.com/2016/06/pengertian-supermarket-jenis-pasar.html diakses pada tanggal 15 april 2018 pukul 06.00

Karim, Adiwarman. 2015. *Ekonomi Mikro Islam*, Jakarta: Rajawali Pers

Kertamukti, Rama. 2015. *Strategi Kreatif dalam Periklanan: Konsep Pesan, Media, Branding, Anggaran*, Jakarta : PT RAJA GRAFINDO PERSADA

Lembang, Rovita Dua. 2010. *Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi, Dan Cuaca Terhadap Keputusan Pembelian Teh Siap Minum Dalam Kemasan Merek Teh Botol Sosro (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi S1 Reguler II Universitas Diponegoro)*, Semarang, Sripsi mahasiswa Universitas Diponegoro

Makhrus. 2010. *Ekspektasi Pelanggandan Apliaksi Bauran Pemasaran Terhadap Loyalitas Toko Moderen Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Intervening (Studi Kasus Pada Hipermarket Carrefour Lebak Bulus)*, Jakarta : Skripsi Mahasiswa UIN Syarif Hidayatullah

Mamang, Etta, Sopiah, Etta. 2016. *Salesmanship (kepenjualan),* Jakarta : PT Bumi Aksara

Mancanegara, Anwar Prabu. 2012. *Perilaku Konsumen,* Bandung : PT Refika Aditama

Moleong, Lexy J. 2008. *Metodologi Penelitian Kualitatif,* Bandung : PT. Remaja Rosda Karya

Prastowo, Andi. 2014. *metode penelitian Kualitatif dalam prespektif rancangan penelitian*, Jogjakarta:Ar-Ruzz Media

Prawirosentono, Suyadi. 2007. *Pengantar Bisnis Modern*, Jakarta: PT Bumi Aksara

Rosmawati. 2018. *Pokok-Pokok Hukum Perlindungan Konsumen*, Depok: PRENADAMEDIA GROUP

Radix Valdy Wowor. 2013. *Bauran Pemasaran Jasa, Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Mobil Toyota Avanza Veloz PT. Hasjrat Abadi Manado,* Manado : Universitas Sam Ratulangi

Sudarsono, Heri. 2007. *Konsep Ekonomi Islam Suatu Pengantar*, Yogyakarta : EKONISIA

Sugiyono. 2007. *Metode Penelitian Bisnis,* Bandung: Alfabeta

----------. 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*, Bandung: ALFABETA

----------. 2015. *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*, Bandung: Alfabeta

Suryani Tatik. 2017. *Manajemen Pemasaran Strategik Bank Di Era Global*, Jakarta: PRENADAMEDIA GROUP

Sukotjo Hendri dan Radix Sumanto A. 2010. *Analisa Marketing Mix-7P (Produk, Price, Promotion, Place,Partisipant, Process, dan Physical Evidence) terhadap Keputusan Pembelian Produk Klinik Kecantikan Teta di Surabaya*, Surabaya : jurnal Universitas 17 Agustus 1945

Swastha, Basu dan Irawan. 2005. *Manajemen Pemasaran Modern*, Yogyakarta : LIBERTY YOGYAKARTA

Swastha, Basu. 2002. *Azas-Azas Marketing*, Yogyakarya: LIBERTY YOGYAKARTA

Tanzeh, Ahmad. 2006. *Pengantar Metodologi Penelitian*, Yogyakarta : Teras

Wawancara langsung dengan bapak Imam Mustofa (Putra pemilik Tupani Swalayan), 03 Mei 2018

Wawancara langsung dengan ibu Kintarti (konsumen Tupani Swalayan), 03 Mei 2018

Wawancara langsung dengan mbak Aisa Rahmawati (konsumen Tupani Swalayan), 03 Mei 2018

Wawancara langsung dengan mbak Diyah Rahmawati (konsumen Tupani Swalayan), 03 Mei 2018

Wawancara langsung dengan mbak Dwi Ratna (konsumen Tupani Swalayan), 03 Mei 2018

Wawancara langsung dengan mbak Sulis (karyawan Tupani Swalayan), 03 Mei 2018

Wibisaputra, Adiztya. 2011. *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Ulang Gas Elpiji 3 Kg (Di PT. Candi Agung Pratama Semarang)*, Semarang : Skripsi Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro

Yayasan Penyelenggara Penterjemah Al-Qur'an. Tt. *Mushaf & Terjemah Sirah Fatimah*, Jakarta : Pustaka Alfatih