

## BAB VI

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai pengaruh *marketing mix* terhadap tingkat kepuasan konsumen di Alfamart Semeru Kediri, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil pengujian hipotesis pertama menyatakan bahwa, produk (*product*) memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat kepuasan konsumen. Hal ini dikarenakan produk yang dijual di Alfamart Semeru Kediri memiliki kualitas yang baik, merek yang bervariasi yang lengkap serta kemasan yang menarik sehingga dapat memberikan kepuasan kepada konsumen saat membeli produk di Alfamart Semeru Kediri.
2. Hasil pengujian hipotesis kedua menyatakan bahwa, harga (*price*) memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat kepuasan konsumen. Hal tersebut menunjukkan bahwa semakin tinggi kualitas produk maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan konsumen terhadap Alfamart Semeru Kediri. Hal ini dikarenakan harga produk yang dijual di Alfamart Semeru Kediri sesuai dengan kualitas produk yang ditawarkan.
3. Hasil pengujian hipotesis ketiga menyatakan bahwa, lokasi (*place*) memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat kepuasan konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik

tingkat lokasi Alfamart maka semakin tinggi tingkat kepuasan konsumen pada Alfamart Semeru Kediri. Hal ini dikarenakan lokasi Alfamart Semeru Kediri strategis dan mudah dijangkau oleh konsumen. Lingkungan sekitar Alfamart pun juga bersih dan nyaman sehingga dapat menarik minat konsumen untuk datang dan membeli produk di Alfamart Semeru Kediri. Serta, tersedianya lahan parkir untuk konsumen Alfamart, meskipun belum terlalu memadai dikarenakan luas lahan parkir yang kurang.

4. Hasil pengujian hipotesis keempat menyatakan bahwa, promosi (*promotion*) memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat kepuasan konsumen. Hal ini dikarenakan promosi yang dilakukan oleh Alfamart Semeru Kediri mudah ditemukan diberbagai media sehingga konsumen lebih mengenal akan Alfamart Semeru Kediri tentang ragam produk apa saja yang dimiliki serta kelebihan-kelebihan sehingga konsumen berminat untuk membeli produk guna memenuhi kebutuhan sehari-hari pada Alfamart tersebut, selain itu promosi yang dilakukan oleh Alfamart jelas, mudah dipahami dan menarik. Berbagai tawaran potongan harga produk yang berkualitas dapat mempengaruhi konsumen untuk membeli produk di Alfamart tersebut.
5. Hasil pengujian hipotesis kelima menyatakan bahwa, orang/karyawan (*people*) memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat kepuasan konsumen di Alfamart Semeru

Kediri. Hal ini dikarenakan karyawan yang ada di Alfamart Semeru Kediri memiliki kecakapan dalam menjelaskan suatu produk yang ditawarkan sehingga mudah dipahami oleh konsumen. Penampilan karyawan Alfamart yang selalu dijaga agar tetap rapi dan bersih. Sikap serta tindakan karyawan Alfamart Semeru Kediri sangat sopan dan ramah dalam melayani konsumen sehingga konsumen merasa puas dan pada akhirnya memutuskan untuk melakukan pembelian di Alfamart Semeru Kediri.

6. Hasil pengujian hipotesis keenam menyatakan bahwa, proses (*process*) memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat kepuasan konsumen Alfamart Semeru Kediri. Hal tersebut menunjukkan bahwa apabila *process* ditingkatkan maka kepuasan konsumen akan meningkat.
7. Hasil pengujian hipotesis keenam menyatakan bahwa, bukti fisik (*physical evidence*) memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat kepuasan konsumen. Hal tersebut menunjukkan bahwa semakin tinggi baik bukti fisik Alfamart maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan konsumen Alfamart Semeru Kediri.
8. Hasil pengujian hipotesis kedelapan menyatakan bahwa secara simultan, produk (*product*), harga (*price*), lokasi (*place*), promosi (*promotion*), orang/karyawan (*people*), proses (*process*) dan bukti fisik (*physical evidence*) dapat mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen Alfamart Semeru Kediri. produk (*product*), harga

(*price*), lokasi (*place*), promosi (*promotion*), orang/karyawan (*people*), proses (*process*) dan bukti fisik (*physical evidence*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat kepuasan konsumen Alfamart Semeru Kediri. Hal ini berarti bahwa kedelapan variabel memberikan kontribusi pengaruh terhadap tingkat kepuasan konsumen Alfamart Semeru Kediri. Jadi apabila produk (*product*), harga (*price*), lokasi (*place*), promosi (*promotion*), orang/karyawan (*people*), proses (*process*) dan bukti fisik (*physical evidence*) tersebut dapat diterapkan dengan baik maka akan mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen.

## **B. Saran**

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah disajikan, maka selanjutnya peneliti menyampaikan saran yang kiranya dapat memberikan manfaat kepada pihak-pihak yang terkait atas penelitian ini. Adapun saran-saran yang dapat disampaikan adalah sebagai berikut:

### **1. Bagi Alfamart Semeru Kediri**

Penelitian ini diharapkan berguna bagi perusahaan sebagai sumbangan saran, pemikiran, informasi serta bahan masukan untuk strategi pemasaran yang lebih baik lagi. Pihak Alfamart Semeru Kediri harus berusaha mempertahankan dan memperbaiki strategi *marketing mix* yang telah dilakukan dan dinilai sudah baik oleh perusahaan, terkait dengan variabel produk, promosi, proses, orang/karyawan dan

bukti fisik. Langkah kedepannya, pihak Alfamart dapat lebih meningkatkan kepuasan konsumen, misalnya, pada aspek harga yang diterapkan oleh perusahaan agar dapat menarik konsumen atau pembeli untuk membeli produk di Alfamart tersebut. Alfamart Semeru Kediri melakukan peningkatan strategi tentang harga, dan memperhatikan daya beli konsumen dalam menyediakan produk dengan harga yang sesuai dengan jangkauan konsumen, baik untuk kalangan menengah keatas atau menengah kebawah. Alfamart Semeru Kediri perlu memperhatikan lokasi, sehingga Alfamart sebaiknya menyediakan lahan parkir yang lebih dan memadai serta tingkat keamanan dan kenyamanan konsumen. Harapan pelanggan yang terpenuhi akan membawa pada kondisi emosional pelanggan kearah kepuasan, dan sebaliknya bila harapan pelanggan tidak terpenuhi, pelanggan akan merasa tidak puas sehingga bisa melakukan *voice action* (Kritikan atau keluhan).

## 2. Bagi Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi pengembangan ilmu pemasaran, khususnya mengenai *marketing mix* dengan variabel produk (*product*), harga (*price*), lokasi (*place*), promosi (*promotion*), orang/karyawan (*people*), proses (*process*) dan bukti fisik (*physical evidence*) terhadap kepuasan konsumen, penelitian ini juga menjadi pengembangan teori pemasaran mengenai *marketing mix* dan sebagai

bahan referensi atau rujukan khususnya di jurusan Ekonomi Syari'ah dan tambahan pustaka pada perpustakaan IAIN Tulungagung.

3. Bagi peneliti yang akan datang

Bagi peneliti yang akan datang sebagai bahan acuan dan untuk penelitian selanjutnya diharapkan dapat menambah berbagai indikator-indikator pada masing-masing *marketing mix* misalnya *trend product*, pangsa pasar, publisitas dan hubungan masyarakat, saluran distribusi, sehingga dapat mengetahui faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen. Untuk peneliti yang akan datang, disarankan untuk memperhatikan waktu dalam penelitian sebaiknya tidak hanya dalam jangka waktu satu bulan seperti penelitian ini sehingga bisa mempelajari perubahan kondisi konsumen dalam beberapa bulan, untuk mengetahui hal tersebut tentu membutuhkan banyak periode waktu sehingga bisa terlihat efek yang diteliti.