

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan pada bab sebelumnya, maka dapat dijelaskan kesimpulan sebagai berikut:

1. Koefisien Determinasi sebesar 0,662 yang berarti bahwa variabel bauran pemasaran berpengaruh sebesar 66,2% sedangkan sisanya sebesar 33,8% dipengaruhi oleh variabel lain.
2. Berdasarkan penelitian ini dapat disimpulkan faktor yang paling dominan dari bauran pemasaran yaitu Promosi dibuktikan pada nilai signifikansi sebesar 0,000 yang lebih kecil dari signifikansi bauran pemasaran lainnya yaitu produk dan harga. Sedangkan untuk bauran pemasaran tempat dinyatakan tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada toko Allow Saleh, hal ini dapat dibuktikan dari signifikansi 0,878 lebih besar dari 0,05

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan, dan kesimpulan yang diperoleh, maka saran yang dapat diberikan sebagai berikut:

1. Bagi toko Allow Saleh harus lebih memperhatikan lagi Kualitas tempat . Agar dapat bersaing dengan para pesaing baru di dalam dunia bisnis. Karena pesaing baru mulai muncul dengan kualitas tempat yang bervariasi dan toko Allow Saleh harus konsisten dalam menjaga kualitas tempat yang bagus dan terjamin untuk kenyamanan ke masyarakat. Sehingga nanti konsumen akan lebih tertarik dengan kualitas tempat pada toko Allow Saleh.
2. Lebih berinovasi dalam memberikan kepuasan soal kualitas tempat bagi konsumen serta menciptakan keunggulan-keunggulan baru yang dapat menarik minat konsumen pada toko Allow Saleh.