

## V. SIMPULAN DAN SARAN

### 5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pengujian hipotesis yang dilakukan, maka kesimpulan dalam penelitian ini adalah Bauran pemasaran (*Marketing Mix*) yang terdiri dari *product* (produk), *price* (harga), *promotion* (promosi), *place* (tempat atau saluran distribusi), berpengaruh terhadap keputusan pembelian beras pada PP Berkah di Kelurahan Simbarwaringin Lampung Tengah. Maka hipotesis penelitian ini diterima.

Hal ini berdasarkan pada analisis kualitatif didapatkan rata-rata skor produk yang sebesar 391,33, Harga sebesar 386,7, variabel promosi sebesar 381,3, dan variable distribusi sebesar 385,3. Pada analisis kuantitatif didapatkan hasil  $R^2$  sebesar 0.588 dan persamaan regresi  $Y=1,783+0,483X_1+0,225X_2+0,168X_3+0,212X_4$ . Berdasarkan hasil  $R^2=0,588$  hal ini berarti sumbangan variabel X (bauran pemasaran) berperan dalam mempengaruhi setiap variabel Y (keputusan pembelian) sebesar 58,8%. Berdasarkan persamaan regresi, variabel produk ( $X_1$ ) berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian sebesar 48,3% , variabel harga ( $X_2$ ) berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian sebesar 22,5% , variabel promosi ( $X_3$ ) berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian sebesar 16,8% dan variabel distribusi ( $X_4$ ) berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian sebesar 21,2%.

Hasil pengujian hipotesis secara menyeluruh dengan F hitung lebih besar dibandingkan nilai F tabel ( $33,916 > 2,47$ ) maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, nilai signifikansi hasil *print out* ternyata dibawah alpha yang ditentukan 5% maka secara statistik bahwa secara keseluruhan variabel bebas yaitu bauran pemasaran berpengaruh terhadap keputusan pembelian beras pada PP Berkah di Kelurahan Simbarwaringin Lampung Tengah dapat diterima. Berdasarkan hasil uji t semua variabel menunjukkan t hitung lebih besar daripada t tabel dan nilai signifikansi < dari alpha 5%, maka  $H_0$  ditolak, artinya secara parsial ada pengaruh positif yang signifikan antara variabel produk ( $X_1$ ), harga ( $X_2$ ), promosi ( $X_3$ ), distribusi ( $X_4$ ) dengan variabel keputusan pembelian (Y).

## 5.2 Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, adapun beberapa saran penulis untuk PP Berkah di Kelurahan Simbarwaringin Lampung Tengah, antara lain:

1. Produk dan harga yang sudah ada harus dipertahankan oleh PP Berkah di Kelurahan Simbarwaringin Lampung Tengah, karena mendapat respon paling positif dari responden. Tetapi PP Berkah harus tetap selalu mencari informasi mengenai perkembangan produk beras terbaru dipasaran agar tidak tertinggal oleh pesaingnya. Produk dan harga beras yang selama ini ditawarkan oleh PP Berkah ternyata sudah sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Produk yang berkualitas dan harga yang sesuai dengan kualitas beras yang tersedia akan membuat konsumen puas dan kembali lagi membeli beras di PP Berkah.

2. Permasalahan yang perlu menjadi perhatian khusus untuk PP Berkah adalah bagaimana lebih mengintensifkan strategi promosi penjualan. Promosi yang sudah ada memang sudah cukup baik, hanya saja perlu ditingkatkan lagi misalnya dengan menambah media periklanan yang semula hanya menggunakan stiker yang di pasang pada truk angkut, bisa saja ditambahkan lagi dengan memasang iklan di radio sekitar, atau menugaskan seorang sales yang khusus untuk mempromosikan beras pada PP Berkah. Ini bisa memberikan efek yang bagus, selain jangkauan promosi yang lebih luas, tentu saja ini akan memperluas pangsa pasar dari PP Berkah.
3. Untuk distribusi, berdasarkan hasil penelitian menunjukkan hasil yang sudah baik, namun jika lebih ditingkatkan lagi tentunya akan memberikan keuntungan lebih bagi PP Berkah di Kelurahan Simbarwaringin Lampung Tengah. Dengan tersedianya akses jalan yang baik, PP Berkah tidak hanya menunggu konsumen, tetapi menyediakan jasa antar langsung ke konsumen, konsumen tidak perlu datang langsung ke PP Berkah, tetapi hanya dengan menghubungi melalui telepon atau handphone lalu beras langsung dapat diantar ke lokasi tempat konsumen memesan. PP Berkah harus selalu menjaga ketepatan waktu dalam pengiriman beras dan selalu menjaga stok beras agar selalu siap jika ada pesanan beras.