

BAB 5

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dan diuraikan pada bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan, bahwa bauran pemasaran berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian oleh konsumen pada Hadijah Fahli *Collection* Banjarmasin. Bauran pemasaran terhadap keputusan pembelian memiliki pengaruh sebesar 68,2% dapat dijelaskan oleh variabel bauran pemasaran sedangkan sisanya sebesar 31,8% diterangkan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Bahwa produk yang berkualitas dan sesuai dengan harga bahkan informasi produk lengkap melalui media sosial dan lokasi toko yang mudah dicari dan strategis serta menyediakan tempat parkir maka akan membuat konsumen tertarik untuk berbelanja di toko Hadijah Fahli *Collection* Banjarmasin.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan dari hasil penelitian diatas, maka saran yang dapat diberikan sebagai berikut :

1. Bagi Pemilik Usaha

Pemilik usaha Hadijah Fahli *Collection* Banjarmasin disarankan untuk selalu mengevaluasi bauran pemasaran atau strategi pemasarannya secara berkala karena bauran pemasaran yang efektif dan efisien dapat membantu keputusan pembelian konsumen meningkat yaitu dengan mempertahankan

kualitas produknya, juga selalu memperhatikan harga yang ditawarkan terhadap konsumen, untuk promosi Hadijah Fahli *Collection* Banjarmasin perlu meningkatkan periklanan baik dalam media cetak dan media sosial atau dapat menambahkan promosi melalui *marketplace* shopee, dan untuk lokasi Hadijah Fahli *Collection* Banjarmasin sebaiknya memanfaatkan lahan yang tersisa untuk dijadikan tempat parkir lagi sehingga konsumen tidak kesulitan dalam menaruh kendaraan motor agar terlihat rapi dan baik.

2. Bagi Peneliti

Bagi penelitian selanjutnya agar penelitian ini menjadi sarana belajar dan sumber referensi bagi pihak selanjutnya yang akan meneliti variabel terkait.