

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Dari hasil penelitian dan pembahasan mengenai pengaruh variabel bauran pemasaran terhadap variabel keputusan pembelian di pizza hut *delivery* Bogor cabang Pajajaran, maka peneliti dapat menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil uji t didapatkan nilai dari variabel produk (X1) diperoleh $t_{hitung} 2,460 > t_{tabel} 1,6615$ dengan tingkat signifikan $0,016 > 0,05$ itu artinya H_0 ditolak dan H_1 diterima. Maka secara parsial menunjukkan bahwa variabel produk (X1) berpengaruh secara signifikan terhadap variabel keputusan pembelian (Y).
2. Berdasarkan hasil uji t didapatkan nilai dari variabel harga (X2) diperoleh $t_{hitung} 4,716 > t_{tabel} 1,6615$ dengan tingkat signifikan $0,000 < 0,05$ itu artinya H_0 ditolak dan H_1 diterima. Maka secara parsial menunjukkan bahwa variabel harga (X2) berpengaruh secara signifikan terhadap variabel keputusan pembelian (Y).
3. Berdasarkan hasil uji t didapatkan nilai dari variabel promosi (X3) diperoleh $t_{hitung} 5,334 > t_{tabel} 1,6615$ dengan tingkat signifikan $0,000 < 0,05$ itu artinya H_0 ditolak dan H_1 diterima. Maka secara parsial menunjukkan bahwa variabel promosi (X3) berpengaruh secara signifikan terhadap variabel keputusan pembelian (Y).

4. Berdasarkan hasil uji t didapatkan nilai dari variabel tempat (X4) diperoleh $t_{hitung} 2,406 > t_{tabel} 1,6615$ dengan tingkat signifikan $0,018 > 0,05$ itu artinya H_0 ditolak dan H_1 diterima. Maka secara parsial menunjukkan bahwa variabel tempat (X4) berpengaruh secara signifikan terhadap variabel keputusan pembelian (Y).
5. Berdasarkan hasil uji t didapatkan nilai dari variabel partisipan (X5) diperoleh $t_{hitung} 0,427 < t_{tabel} 1,6615$ dengan tingkat signifikan $0,670 > 0,05$ itu artinya H_0 diterima dan H_1 ditolak. Maka secara parsial menunjukkan bahwa variabel partisipan (X5) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel keputusan pembelian (Y).
6. Berdasarkan hasil uji t didapatkan nilai dari variabel proses (X6) diperoleh $t_{hitung} -0,220 < t_{tabel} 1,6615$ dengan tingkat signifikan $0,827 > 0,05$ itu artinya H_0 diterima dan H_1 ditolak. Maka secara parsial menunjukkan bahwa variabel proses (X6) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel keputusan pembelian (Y).
7. Berdasarkan hasil uji t didapatkan nilai dari variabel bukti fisik (X7) diperoleh $t_{hitung} -0,849 < t_{tabel} 1,6615$ dengan tingkat signifikan $0,398 > 0,05$ itu artinya H_0 diterima dan H_1 ditolak. Maka secara parsial menunjukkan bahwa variabel bukti fisik (X7) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel keputusan pembelian (Y).
8. Berdasarkan hasil uji F didapatkan didapatkan tingkat signifikan sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai $F_{hitung} 121,576 > F_{tabel} 2,11$. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa H_1 diterima dan H_0 ditolak. Artinya variabel

bauran pemasaran yaitu produk (X1), harga (X2), promosi (X3), tempat (X4), partisipan (X5), proses (X6), dan bukti fisik (X7) secara simultan atau bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di pizza hut *delivery* Bogor cabang Pajajaran (Y).

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah diperoleh di dalam penelitian ini, maka diajukan saran-saran yang berkaitan dengan perusahaan yaitu:

1. Pizza Hut *delivery* disarankan untuk memperhatikan keseluruhan dari variabel bauran pemasaran terutama dalam hal jasa yang meliputi partisipan, proses, dan bukti fisik.
2. Dalam hal partisipan (X5), dimana pizza hut *delivery* dalam aspek pelayanan harus ditingkatkan dengan cara memotivasi kinerja karyawan secara lebih baik lagi karena apabila karyawan yang tanggap telah memenuhi kebutuhan konsumen, penampilan karyawan yang rapi dan keramahan serta kesopanan karyawan dinilai positif oleh konsumen, maka akan lebih meyakinkan konsumen untuk melakukan keputusan pembelian di pizza hut *delivery* Bogor cabang Pajajaran.
3. Dalam hal proses (X6) pizza hut *delivery* tetap dapat mempertahankan proses dan pelayanan yang sudah ada serta meningkatkan lebih baik lagi agar dapat memberikan rasa puas kepada konsumen pizza hut *delivery* Bogor cabang Pajajaran sehingga diharapkan terjadi keputusan pembelian produk pizza secara berulang-ulang.

4. Dalam hal bukti fisik (X7) pizza hut *delivery* dapat melengkapi dengan fasilitas penunjang seperti toilet yang rapi dan terawat khusus konsumen, menyediakan mushola, akses *free wifi* serta dekorasi yang menarik sebagai daya tarik konsumen dan sebagai salah satu pelayanan kepuasan konsumen.