

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan analisis data dan pembahasan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka dapat di tarik kesimpulan beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Bauran pemasaran berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian .
2. Kelas sosial berpengaruh positif karena didalam hasil tersebut memiliki berdasarkan pengujian secara parsial dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian.
3. Berdasarkan hasil analisis data, maka diperoleh kesimpulan bahwa bauran pemasaran, dan kelas sosial berpengaruh terhadap keputusan pembelian, dimana nilai korelasi ( $r$ ) adalah 0,692. Hal ini berarti bahwa antara bauran pemasaran dan kelas sosial dengan keputusan pembelian yang akan dibentuk mempunyai korelasi dalam kategori kuat.
4. Sedangkan untuk melihat seberapa besar pengaruh bauran pemasaran dan kelas sosial terhadap keputusan pembelian melalui perhitungan koefisien determinasi  $r^2 \times 100\%$  diperoleh data sebesar  $0,479^2 \times 100\%$  menjadi 47,9% yang berarti bahwa perubahan variabel keputusan pembelian dipengaruhi oleh bauran pemasaran dan kelas sosial. Akan tetapi saya mengambil data koefisien determinasi yang diperoleh sebesar 47,9%. Sedangkan 52,1% perubahan keputusan pembelian dipengaruhi oleh faktor lain diluar penelitian.

#### 5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diuraikan dan kesimpulan mengenai pengaruh bauran pemasaran dan kelas sosial terhadap keputusan pembelian pada café halaman PVJ ,maka penulis mengajukan beberapa saran sebagai berikut:

1. Berdasarkan tabel dan gambaran responden mengenai bauran pemasaran, terlihat bahwa responden sudah cukup setuju dengan bauran pemasaran yang disajikan oleh café halaman

PVJ dengan demikian café halaman bandung harus mempertahankan dan juga meningkatkan fasilitas yang lebih baik, seperti sebagai berikut :

a).Dilihat dari segi produk harus disesuaikan dengan porsi makanan dengan harga di daftar menu dan diinovasi dan kreatif menu makanan dan minuman

b). Dilihat dari segi harga disesuaikan dengan golongan menengah bawah dan menengah dan menengah atas yang akan berkunjung di café halaman tersebut.

c). Dari segi promosi harus dipasang ke setiap sudut media cetak, atau internet. Promotin seperti majalah, Koran, TV, spanduk, brosur, dll

d). Dari segi place ( saluran distribusi) harus ditambah lagi route jalan ke PVJ mall dan desain dan arsitektur harus dimodifikasi sesuai dengan mall, agar konsumen tertarik untuk melakukan keputusan pembelian.

e). Dari segi People , meningkatkan keramahan karyawan terhadap konsumen

f). Dari segi Proses memperbaiki pelayanan yang lama untuk melayani tamu atau pengunjung yang akan membeli dicafe halaman .

g). Bukti fisik, harus meningkatkan fasilitas seperti wifi-hot spot, buku bacaan atau majalah, live music dan khusus untuk café halaman dago area parkir diperluas lagi.

2. Berdasarkan gambaran hasil responden mengenai kelas sosial itu adalah bagian dari segmentasi pasar yang dikategorikan psikografi , seperti gaya hidup yang ada di kalangan mall tidak sesuai dengan konsep café halaman bandung PVJ kurang cukup tetapi tidak ada satupun konsumen tidak tertarik unuk melakukan keputusan pembelian café halaman, Dengan demikian para pengusaha café halaman PVJ harus lebih baik dalam hal lokasi dan kelas sosial diukur dari penghasilan, dan pekerjaan oleh karena harga dan lokasi harus di pikirkan kembali sesuai kantong pengunjung yang akan ke cafe halaman. Serta terus mengembangkannya supaya perusahaan yang dibangun lebih maju , sehingga penghasilan dan pendapatan meningkat

