BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Tujuan dari penelitian ini adalah mencari jawaban atas pertanyaan yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh bauran pemasaran terhadap peningkatan penjualan pada Calais Artisan Bubble Tea Jatinangor Town Square.
2. Untuk mengetahui komponen bauran pemasaran yang paling berpengaruh terhadap peningkatan penjualan pada Calais Artisan Bubble Tea Jatinangor Town Square.

Hasil penelitian ini dapat disimpulkan yaitu dalam uji regresi yang ditampilkan pada output SPSS besarnya Adjusted R2 adalah 0,309, hal ini berarti 30,9 % variasi peningkatan penjualan yang dapat dijelaskan oleh variasi variabel independen yaitu bauran pemasaran. Sedangkan sisanya (100 % - 30,9 % = 70,9 %) dijelaskan oleh sebab-sebab lain diluar model. Uji anova atau F test, didapat F hitung sebesar 12,086 dengan tingkat probabilitas 0,000 (signifikan). Karena probabilitas jauh lebih kecil daripada 0,05 maka model regresi dapat digunakan untuk memprediksi peningkatan penjualan atau dapat dikatakan bahwa bauran pemasaran berpengaruh terhadap peningkatan penjualan dan bauran pemasaran juga memiliki pengaruh secara signifikan terhadap peningkatan penjualan dengan tingkat probabilitas signifikansi 0,000.

5.2 Keterbatasan Masalah

1. Penelitian ini hanya dilakukan pada Calais Artisan Bubble Tea & Coffee Jatinangor Town Square.
2. Penelitian ini tidak mengidentifikasi faktor-faktor lain yang mempengaruhi peningkatan penjualan.
3. Penelitian ini hanya dilakukan di lingkungan sekitar Jatinangor Town Square.

5.3 Saran-saran

Saran untuk penelitian selanjutnya adalah sebagai berikut:

1. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat diuji dengan memakai tempat yang berbeda sehingga dapat menggambarkan lebih jelas besar pengaruh bauran pemasaran terhadap peningkatan penjualan.

2. Penelitian selanjutnya diharapkan juga dapat mengidentifikasi faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi peningkatan penjualan.

3. Penelitian selanjutnya diharapkan sampel yang diambil bukan hanya dari lingkungan Jatinangor Town Square.