

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan penelitian dan analisis pada bab-bab sebelumnya maka pada bab ini, penulis menarik beberapa kesimpulan dari pembahasan tentang “Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Keputusan Pembelian Restoran Coca Suki” serta saran yang tentunya dapat bermamfaat bagi kemajuan serta pelaksanaan bauran pemasaran yang baik bagi Restoran Coca Suki di Bandung.

5.1. Kesimpulan

- ❖ Dari jawaban responden yang terdapat dalam kuesioner, yaitu dengan 21 pertanyaan tentang elemen-elemen bauran pemasaran di Restoran Coca Suki dan 3 pertanyaan tentang keputusan pembelian dengan menggunakan Affective, Kognitive dan Konatif. Mayoritas pertanyaan dijawab dengan baik dan setuju, maka dari hasil kuesioner tersebut elemen-elemen bauran pemasaran dalam 21 sudah cukup baik pelaksanaannya. Hal ini harus tetap menjadi perhatian dari pihak pengelola restoran.
- ❖ Hubungan antara bauran pemasaran dengan keputusan pembelian adalah searah dan dengan pengujian hipotesis dengan derajat kebebasan $(dk) = n-2$, tingkat kepercayaan 95 %, Nilai signifikasinya 0.00 lebih kecil dari 0.05 maka H_0 yang menyatakan bahwa tidak ada hubungan positif yang berarti antara program bauran pemasaran dengan keputusan pembelian, ditolak. Dapat

disimpulkan bahwa pada Coca Suki terdapat hubungan positif antara program bauran pemasaran dengan keputusan pembelian.