

## V. KESIMPULAN DAN SARAN

### 5.1. Kesimpulan

Berdasarkan dari hasil penelitian yang dilakukan tentang pengaruh bauran pemasaran 4p terhadap keputusan pembelian Ayam Gecak Yogyakarta dapat disimpulkan bahwa:

1. Karakteristik responden dalam penelitian ini diperoleh 78% berusia 14-24 tahun, 62% berjenis kelamin perempuan dan 62% menamatkan pendidikan menengah. Dari segi pekerjaan 40% masih berstatus sebagai pelajar/mahasiswa.
2. Hasil tanggapan bauran pemasaran pada variabel produk yang memiliki nilai rata-rata yang tertinggi pada X1.1. yaitu 4.51, pada variabel harga memiliki nilai rata-rata yang tertinggi pada X2.1 yaitu 4,33, pada variabel tempat yang memiliki nilai rata-rata yang tertinggi pada X3.2 yaitu 3.91, pada variabel promosi yang memiliki nilai rata-rata tertinggi pada X4.1 yaitu 4, 37 dan pada variabel keputusan pembelian memiliki nilai rata-rata 4.26 .
3. Pengaruh bauran pemasaran (produk, harga, tempat dan promosi) menunjukkan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Namun , variabel harga merupakan faktor yang paling dominan dalam memengaruhi keputusan konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen cenderung mempertimbangkan keterjangkauan harga dengan kualitas, serta perbandingan harga dengan produk sejenis sebelum memutuskan untuk membeli ayam gecak Yogyakarta walaupun harga di ayam gecak Yogyakarta lebih mahal dibandingkan dengan pesaing.

## 5.2. Saran

Berdasarkan hasil yang telah diperoleh maka ada beberapa saran yang dapat diberikan peneliti yaitu:

### 1. Bagi penelitian selanjutnya

Bagi penelitian selanjutnya, dapat meneliti lebih dalam dengan menambahkan variabel lain yang mungkin berpengaruh terhadap keputusan pembelian yang belum diteliti penelitian ini seperti pelayanan atau bukit fisik. Selain itu peneliti selanjutnya diharapkan menggunakan model penelitian lain seperti penambahan variabel moderasi atau mediasi yang belum dikaji dalam penelitian ini agar memberikan wawasan yang lebih luas.

### 2. Bagi Usaha Ayam Gecak Yogyakarta

Diharapkan dapat mempertahankan dan mengembangkan bauran pemasaran dapat meningkatkan minat beli konsumen terutama pada setiap variabel produk, untuk memaksimalkan produk, pemilik Ayam Gecak Yogyakarta perlu mengevaluasi agar setiap konsumen memiliki pengalaman menikmati menu yang berbeda dalam setiap kunjungan. Jika terjadi kekosongan pada beberapa menu, pemilik harus segera menyediakan ulang agar konsumen tidak kecewa dan potensi penjualan tetap meningkat. Dari segi harga, ayam gecak sudah sesuai dengan daya beli konsumen, namun untuk menarik lebih banyak pelanggan, disarankan agar pemilik menawarkan menu dalam bentuk paket yang lebih menarik dan ekonomis. Dalam hal tempat, penting bagi pemilik untuk memastikan bahwa lokasi usaha memiliki fasilitas yang nyaman serta area parkir yang luas guna meningkatkan kenyamanan pelanggan. Sementara itu, dari aspek promosi, strategi yang telah diterapkan

seperti periklanan dan promosi penjualan perlu dimaksimalkan agar dapat menjangkau lebih banyak konsumen dan meningkatkan daya tarik produk di pasaran.

