

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan maka dapat disimpulkan bahwa :

1. Berdasarkan hasil penelitian di atas dapat disimpulkan bahwa karakteristik responden dalam penelitian ini adalah :
 - a. Mayoritas berjenis kelamin laki-laki
 - b. Memiliki pendidikan terakhir perguruan tinggi atau akademi
 - c. Berusia 21-30 tahun
 - d. Pekerjaan pegawai swasta dan wiraswasta
 - e. Merupakan perokok aktif
 - f. Menggunakan 2 jenis rokok sekaligus yaitu rokok elektrik dan rokok konvensional
 - g. Mayoritas sudah menggunakan vape selama 1 tahun

2. Berdasarkan hasil penelitian di atas didapatkan hasil regresi berganda, Uji t, Uji F dan Uji koefisien determinasi sebagai berikut :
 - a. Didapatkan hasil bahwa variabel bauran pemasaran yang meliputi produk dengan nilai positif 0.330 , harga memiliki arti positif 0.196, distribusi memiliki arti nilai positif 0.228, dan promosi memiliki arti nilai positif 0.210 dengan keputusan pembelian.

- b. Didapatkan hasil bahwa variabel bauran pemasaran meliputi produk tidak berpengaruh dan tidak signifikan yang terhadap keputusan pembelian Vape di toko Vape Cartel Ungaran, sedangkan harga diketahui berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan pembelian Vape di toko Vape Cartel Ungaran, distribusi berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan pembelian Vape di toko Vape Cartel Ungaran, Diketahui pula nilai t hitung promosi berpengaruh dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian Vape di toko Vape Cartel Ungaran.
- c. Didapatkan hasil bahwa variabel bauran pemasaran yang meliputi produk, harga, distribusi dan promosi berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk vape di toko Vape Cartel Ungaran.
- d. Didapatkan bahwa keputusan pembelian dipengaruhi oleh bauran pemasaran yang meliputi produk, harga, distribusi dan promosi memiliki pengaruh sebesar 34.9% dan sisanya yaitu sebesar 65.1% dipengaruhi oleh variabel lain diluar bauran pemasaran yang meliputi produk, harga, distribusi dan promosi.
3. Menurut hasil penelitian yang sudah dilakukan diatas dapat menjawab rumusan masalah yang sudah ditentukan yaitu pengaruh bauran pemasaran meliputi produk tidak berpengaruh dan tidak signifikan yang terhadap keputusan pembelian Vape di toko Vape Cartel Ungaran, sedangkan harga diketahui berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan pembelian Vape di toko Vape Cartel Ungaran, distribusi berpengaruh dan signifikan terhadap

keputusan pembelian Vape di toko Vape Cartel Ungaran, Diketahui pula nilai t hitung promosi berpengaruh dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian Vape di toko Vape Cartel Ungaran.

5.2 Saran

a. Bagi Peneliti Selanjutnya

Berdasarkan hasil penelitian yang sudah dilakukan diatas bahwa keputusan pembelian dipengaruhi oleh bauran pemasaran yang meliputi produk, harga, distribusi dan promosi memiliki pengaruh sebesar 34.9%. diharapkan peneliti selanjutnya dapat lebih mencari atau menambahkan variabel lain di luar bauran pemasaran yang memiliki pengaruh R square lebih besar.

b. Bagi Perusahaan

Pengaruh terbesar dari bauran pemasaran yang meliputi produk, harga, distribusi dan promosi adalah bagian harga dan distribusi, sehingga diharapkan kepada pemilik toko Vape Cartel Ungaran lebih fokus terhadap kedua hal tersebut sehingga dapat berpengaruh kepada keinginan konsumen melakukan keputusan pembelian.