

## BAB 5

### PENUTUP

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan data penelitian kuantitatif dengan analisis regresi sederhana yang dilakukan oleh penulis menggunakan pembagian kuesioner untuk mengetahui perbandingan *marketing mix* dan keputusan pembelian Batik Semarang di Kampung Batik Semarang dapat ditarik kesimpulan bahwa *marketing mix* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Batik Semarang di Kampung Batik Semarang yang dapat diketahui dari nilai signifikansi yang lebih kecil dari 0,05 dan koefisien regresi sebesar 0,132 menunjukkan nilai positif. Hal ini berarti semakin baik *marketing mix*, maka keputusan pembelian Batik Semarang di Kampung Batik Semarang akan semakin meningkat. Hasil ini menunjukkan perlu adanya peningkatan dalam hal produk, harga, pemilihan lokasi dan promosi yang dilakukan oleh pengusaha Batik Semarang untuk membuat konsumen batik mau untuk melakukan pembelian Batik Semarang.

#### 5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian, peneliti mengajukan beberapa saran antara lain:

1. Menurut hasil penelitian data *marketing mix*, item kuesioner dengan jumlah responden yang menjawab tidak setuju dan sangat tidak setuju terbanyak adalah kemasan Batik Semarangan yang dijual di Kampung Batik Semarang menarik perhatian. Produsen Batik Semarangan perlu untuk memperhatikan kemasan yang dijualnya saat ini sehingga dapat membuat kemasan yang lebih baik seperti warna yang cerah untuk menarik perhatian konsumen.
2. Menurut hasil penelitian data keputusan pembelian Batik Semarangan, indikator dengan jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju terbanyak adalah mengalami kesulitan memilih produk batik apa yang akan dibeli. Kampung Batik Semarang perlu untuk memiliki karyawan yang mampu mengarahkan konsumen untuk memilih produk Batik Semarangan dengan memberikan penjelasan mengenai Batik Semarangan.
3. Saran untuk penelitian selanjutnya dapat mengkaji pengaruh *marketing mix* terhadap keputusan pembelian Batik Semarangan di tempat Kampung Batik Semarang dari proses *marketing mix*, yang mana Kampung Batik memiliki keunggulan pada unsur produk, tetapi masih memiliki kelemahan pada unsur promosi. Pada Kampung Batik unggul dalam produknya karena masih otentik, yang mana masih menggunakan alat tradisional dalam hal pembuatan hingga motif yang mengangkat tempat ikon di Semarang.