

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Pembahasan yang telah peneliti lakukan berkaitan dengan peran bauran pemasaran terhadap keputusan pembelian di Pizza Azza, mengantarkan pada rumusan pokok pokok pikiran yang terangkum dalam poin poin kesimpulan, diantaranya sebagai berikut :

1. Strategi Bauran pemasaran Pizza Azza terhadap keputusan Pembelian

a. Product

Di Pizza Azza mempunyai ragam menu. Pizza Azza berusaha agar setiap konsumen yang datang mempunyai macam pilihan dan memberikan kepuasan.

b. Price

Dalam menetapkan harga, Pizza Azza memberikan harga yang bervariasi yang sesuai dengan keinginan konsumen.

c. Place

Dalam bisnisnya Pizza Azza berlokasi di , Jl Kenangan IV Perumnas Ngronggo. Kec. Kota Kediri yang berdekatan dengan Beberapa Lokasi Strategis, sehingga mudah dijumpai oleh para orang orang.

d. Promotion

Dalam pengambilan keputusan pembelian, Pizza Azza ingin memberikan kepada Konsumen untuk mengetahui Pizza dan Roti dan Kue melalui media Online maupun Offline.

2. Peran Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian di Pizza Azza melewati beberapa Faktor, diantaranya :

a. Pengenalan Masalah

Konsumen di Pizza Azza dalam mencari kebutuhan yaitu dengan apa yang dirasakan timbul, sehingga konsumen di Pizza Azza berbeda dalam mencari hal Kebutuhan. sehingga dalam bauran pemasaran ini , tidak semua faktor 4P mempengaruhi dalam hal Keputusan Pembelian.

b. Pencarian Informasi

Dalam pencarian informasi konsumen akan dihadapkan oleh beberapa pilihan yang akan dibelinya , konsumen lebih banyak mencari informasi sebelum pengambilan keputusan pembelian.

c. Evaluasi Alternatif

Dalam pencarian alternative, konsumen mencari sebuah produk dengan kualitas yang sama namun dengan harga yang berbeda, sehingga dalam pencarian alternative konsumen akan

melakukan evaluasi terhadap produk mana yang benar benar paling cocok untuk dibeli sesuai dengan kebutuhan dan keinginannya

d. Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian yang dilakukan oleh seorang konsumen dikarenakan 2 faktor yang muncul antara niat untuk membeli dan keputusan untuk membeli yaitu sikap orang dan situasi yang diharapkan, dalam hal niat untuk membeli yaitu berdasarkan pada faktor pendapatan, harga dan manfaat produk akan tetapi selain hal tersebut juga bisa mengubah niat pembelian.

e. Pasca Pembelian

Konsumen akan menentukan puas atau tidak itu terletak pada hubungan antara harapan konsumen yang diterima dari sebuah produk tersebut . bila produk tidak memenuhi harapan , konsumen akan merasa tidak puas.

B. SARAN

Setelah peneliti melakukan pembahasan tentang bauran pemasaran di Pizza Azza Kediri, maka penulis perlu menyampaikan beberapa saran sebagai berikut :

1. Pizza Azza Kediri lebih meningkatkan produk, memberikan harga terjangkau serta meningkatkan promosi di beberapa media .
2. Untuk lebih memberikan Potongan Harga dan Promo demi menambah Keputusan Pembelian di Pizza Azza Kediri

3. Berusaha lebih untuk menginovasi menu baru yang dapat meningkatkan bauran pemasaran .
4. Meningkatkan bauran promosi , lingkungan fisik ,dan process agar dapat lebih meningkatkan keputusan pembelian