# BAB V
# SIMPULAN

## 5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan tentang Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Peningkatan Penjualan (Studi Pada Pelanggan Shopee Food Batagor Favorit di Yogyakarta) dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Produk tidak berpengaruh terhadap peningkatan penjualan pada pelanggan Shopee Food Batagor Favorit di Yogyakarta.
2. Harga tidak berpengaruh terhadap peningkatan penjualan pada pelanggan Shopee Food Batagor Favorit di Yogyakarta
3. Tempat berpengaruh terhadap peningkatan penjualan pada pelanggan Shopee Food Batagor Favorit di Yogyakarta.
4. Promosi tidak berpengaruh terhadap peningkatan penjualan pada pelanggan Shopee Food Batagor Favorit di Yogyakarta.
5. Produk, harga, tempat, dan promosi secara bersama-sama berpengaruh terhadap peningkatan penjualan pada pelanggan Shopee Food Batagor Favorit di Yogyakarta.

## 5.2 Saran

Setelah melakukan penelitian ini, peneliti memberikan saran yang diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Mengevaluasi produk secara berkala untuk mengetahui produk mana yang tinggi dan rendah peminatnya. Bagi produk yang rendah peminatnya bisa dihapus atau dibuat lebih menarik lagi atau bisa dimasukkan menjadi produk tambahan pada produk yang tinggi peminatnya sebagai bonus, agar pelanggan mengetahui produk baru dan rasa dari produk baru tersebut sehingga memungkinkan terjadi peningkatan penjualan.

UNIVERSITAS JENDERAL ACHMAD YANI YOGYAKARTA PERPUSTAKAAN

2. Tujuan penetapan harga salah satunya adalah mendapatkan pangsa pasar tertentu. Batagor Favorit menetapkan harga cukup tinggi pada penjualan *online*, artinya Batagor Favorit ingin menyasar pangsa pasar kelas menengah. Oleh karena itu diperlukan nilai lebih tidak hanya sekedar rasa tetapi kemasan Batagor Favorit harus diperhatikan dan diperbagus lagi. Kemudian bisa ditambahkan kartu ucapan selamat menikmati Batagor Favorit agar pelanggan merasa lebih berkesan setelah membeli Batagor Favorit dan diharapkan dapat membeli ulang sehingga memungkinkan terjadi peningkatan penjualan.
3. Menggunakan media sosial yang dimiliki sebagai sarana promosi untuk memperluas penyebaran informasi kepada pelanggan tentang promosi yang dilakukan Batagor Favorit. Jika pelanggan mengetahui semua program promosi yang dilakukan oleh Batagor Favorit memungkinkan akan terjadi peningkatan penjualan.
4. Bagi peneliti yang akan datang, kekurangan dari penelitian ini adalah waktu pengambilan data yang terbatas dan pada saat pengambilan data program promo yang dilakukan oleh objek sudah berkurang. Oleh karena itu, disarankan untuk melakukan pengambilan data lebih lama dan dilakukan pada saat objek terdapat banyak promosi serta sedikit promosi. Hal ini dilakukan agar data yang didapat lebih akurat.

UNIVERSITAS JENDERAL ACHMAD YANI YOGYAKARTA PERPUSTAKAAN