

V. SIMPULAN DAN SARAN

5.1. Simpulan

Analisis data dan pengujian hipotesis yang telah dilaksanakan pada penelitian ini menghasilkan beberapa kesimpulan, yaitu:

1. Mayoritas pelanggan Petromart Gresik berusia di atas 40 tahun, berjenis kelamin laki-laki, memiliki pendidikan terakhir SMA/Sederajat, bekerja sebagai karyawan swasta, dan berpenghasilan kurang dari Rp. 1.500.000 setiap bulannya.
2. Variabel tempat merupakan variabel bauran pemasaran (*marketing mix*) yang memperoleh penilaian tertinggi dari pelanggan dengan nilai rata-rata skor sebesar 3,98.
3. Variabel produk (*product*), harga (*price*), tempat (*place*), proses (*process*), dan bukti fisik (*physical evidence*) berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen di Petromart Gresik. Sementara itu, variabel promosi (*promotion*) dan orang (*people*) tidak berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen di Petromart Gresik.

5.2. Saran

Saran yang dapat diberikan oleh peneliti berdasarkan hasil dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Petromart Gresik dapat melaksanakan promosi dengan memberikan diskon pembelian atau menerapkan *bundling* antara produk yang tinggi tingkat penjualannya dengan produk yang rendah tingkat penjualannya. Informasi seputar diskon juga sebaiknya diunggah di web dan sosial media Petromart.

2. Petromart Gresik dapat menyediakan kotak saran agar pelanggan dapat memberikan masukan dengan lebih nyaman dan dapat menjadikan masukan tersebut sebagai bahan evaluasi untuk meningkatkan minat beli pelanggan.