

## BAB V

### SIMPULAN DAN SARAN

#### 1.1 Simpulan

Berdasarkan hasil analisis data penelitian, maka hipotesis penelitian ini yakni adanya pengaruh marketing mix terhadap customer value di Toko Nusa Kurnia Gorontalo, dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Bahwa menerima hipotesis yang berbunyi jika marketing mix meliputi product (produk), price (harga), promotion (promosi), place (lokasi), people (orang), proses (proses), dan physical evidence (sarana fisik) di implementasikan diduga ada pengaruh terhadap customer value. Dari data hasil analisis di atas, maka hal tersebut dibuktikan bahwa marketing mix (bauran pemasaran) memperoleh R-Square sebesar 0,758, dengan demikian secara variabilitas berpengaruh signifikan terhadap customer value sebesar 75.8 %.
2. Peningkatan customer value di Toko Nusa Kurnia Gorontalo adalah pengujian statistik menunjukkan bahwa 75.8 % variabilitas customer value di pengaruhi oleh marketing mix, dan sisanya 24,2 % dipengaruhi oleh faktor lain. Faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

## 1.2 Saran

Didasarkan pada simpulan tersebut di atas, maka dapat diberikan saran-saran dalam penelitian ini yakni:

1. Pengelolaan Toko Nusa Kurnia Gorontalo agar bisa kompetitif dengan usaha sejenis di Kota Gorontalo, maka perlu menerapkan system manajerial professional. Memang selama ini masih menggunakan system yang profesional, karena toko ini milik pribadi sehingga pegawasannya relatif kurang;
2. Hal-hal teknis yang dapat mempengaruhi konsumen seperti ruangan yang maksimal, serta fasilitas penunjang dapat dibuat agar konsumen merasa lebih nyaman berada di toko. Disamping itu, kualitas pelayanan yang maksimal serta pola komunikasi yang mesti dilakukan perubahan-perubahan, hal ini perlu dilakukan dalam rangka mengoptimalkan usaha tersebut agar bisa bersaing dan menjaga pelanggan tetap.