

BAB V

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dengan menggunakan program SPSS 25 pada analisis data dan pembahasan dalam BAB IV, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Pengaruh variabel kualitas sdm, produk, harga tempat, promosi secara parsial terhadap keberlanjutan usaha FEBI Mart, yaitu:
 - a. Dari hasil uji t yang didapatkan menunjukkan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $3,688 > 1,29072$, dapat disimpulkan bahwa H_1 diterima dan H_0 ditolak. Ini merupakan terdapat pengaruh secara signifikan antara kualitas sumber daya manusia (SDM) terhadap keberlanjutan usaha FEBI Mart.
 - b. Dari hasil uji t yang didapatkan menunjukkan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $2,391 > 1,29072$, dapat disimpulkan bahwa H_1 diterima dan H_0 ditolak. Ini merupakan terdapat pengaruh secara signifikan antara produk terhadap keberlanjutan usaha FEBI Mart.
 - c. Dari hasil uji t yang didapatkan menunjukkan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $1,571 > 1,29072$, dapat disimpulkan bahwa H_1 diterima dan H_0 ditolak. Ini merupakan terdapat pengaruh secara signifikan antara harga terhadap keberlanjutan usaha FEBI Mart.
 - d. Dari hasil uji t yang didapatkan menunjukkan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $2,197 > 1,29072$, dapat disimpulkan bahwa H_1 diterima dan H_0 ditolak.

Ini merupakan terdapat pengaruh secara signifikan antara tempat terhadap keberlanjutan usaha FEBI Mart.

- e. Dari hasil uji t yang didapatkan menunjukkan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $3,675 > 1,29072$, dapat disimpulkan bahwa H_1 diterima dan H_0 ditolak.

Ini merupakan terdapat pengaruh secara signifikan antara promosi terhadap keberlanjutan usaha FEBI Mart.

2. Pengaruh variabel kualitas sdm, produk, harga tempat dan promosi secara simultan terhadap keberlanjutan usaha FEBI Mart diketahui bahwa nilai F_{hitung} sebesar $58,622 > F_{tabel}$ yaitu $2,36$ dengan signifikansi $0,000$. dapat dikatakan bahwa semua variabel secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keberlanjutan usaha di FEBI Mart, dengan nilai *R Square* sebesar $0,770$ yang berarti $77,0\%$; dengan demikian, besarnya Pengaruh variabel kualitas sdm, produk, harga tempat dan promosi terhadap keberlanjutan usaha FEBI Mart adalah sebesar $77,0\%$ sekaligus, sisanya sebesar 23% itu dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

B. SARAN

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan dari skripsi diatas, penulis dapat memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Bagi FEBI Mart, Pengembangan sumber daya manusia (SDM) dilandasi oleh keanggotaan yang baik dengan pengetahuan, keterampilan dan kemampuan yang baik. Dengan produk yang bagus dan unggul, harga yang paling terjangkau bagi mahasiswa (pelajar),

tempat yang terbaik dan terlihat sehingga menarik untuk dikunjungi oleh mahasiswa (pelajar), dan promosi yang patut ditonjolkan dan didukung dengan iklan untuk menarik minat pelajar untuk terus berbelanja di FEBI Mart, agar FEBI Mart yang semakin membaik dari tahun ke tahun harus terus dilanjutkan.

2. Bagi Mahasiswa, berbelanja dengan mengatur kebutuhan yang harus dipenuhi dengan baik dan pintar dalam membelanjakan uangnya untuk kebutuhan yang seharusnya dikeluarkan.
3. Bagi akademisi Universitas Islam Negeri “Sultan Maulana Hasanuddin Banten” Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam terus memperhatikan dan mempertahankan keberlanjutan usaha FEBI Mart di dalam lingkungan FEBI dengan baik. Dan menjadikan hasil penelitian ini sebagai rujukan dalam menyelesaikan permasalahan.
4. Penelitian mengenai sumber daya manusia (SDM) dan bauran pemasaran sangat menarik bagi peneliti selanjutnya. Peneliti menyarankan agar beberapa peneliti selanjutnya menggunakan sampel yang lebih besar, sehingga hasil penelitiannya mungkin berbeda. Membuat gambaran kebutuhan bisnis mengenai sumber daya manusia (SDM) dan bauran pemasaran berbeda-beda tergantung demografi penduduk.