

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil dari penelitian yang telah dilakukan dengan menggunakan analisis regresi linier berganda dengan judul analisis komparasi faktor-faktor bauran pemasaran antara colenak original dan inovasi terhadap keputusan pembelian konsumen di Kota Bandung dapat disimpulkan sebagai berikut :

5.1.1. Colenak Original Colenak Inovasi

1. Pengaruh dari variabel X1 (*product*) Colenak Original berpengaruh negatif signifikan positif terhadap variabel Y (keputusan pembelian). Sedangkan variabel X1 (*product*) Colenak Inovasi berpengaruh positif signifikan negatif terhadap variabel Y (keputusan pembelian).
2. Pengaruh variabel X2 (*price*) Colenak Original berpengaruh negatif signifikan positif terhadap variabel Y (keputusan pembelian). Sedangkan variabel X2 (*price*) Colenak Inovasi juga berpengaruh negatif signifikan positif terhadap Y (keputusan pembelian).
3. Pengaruh dari variabel X3 (*place*) Colenak Original berpengaruh positif signifikan negatif terhadap variabel Y (keputusan pembelian). Sedangkan variabel X3 (*place*) Colenak Inovasi berpengaruh negatif signifikan positif terhadap variabel Y (keputusan pembelian).
4. Pengaruh dari variabel X4 (*promotion*) Colenak Original berpengaruh positif signifikan negatif terhadap variabel Y (keputusan pembelian). Sedangkan variabel X4 (*promotion*) Colenak Inovasi berpengaruh negatif signifikan positif terhadap variabel Y (keputusan pembelian).
5. Pengaruh dari variabel X5 (*people*) Colenak Original berpengaruh positif signifikan negatif terhadap variabel Y (keputusan pembelian). Sedangkan

Giri Meigiya, 2015

Analisis Komparasi Faktor-Faktor Bauran Pemasaran Antara Produk Colenak Original dan Inovasi Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen di Kota Bandung

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

variabel X5 (*people*) Colenak Inovasi juga berpengaruh positif signifikan negatif terhadap variabel Y (keputusan pembelian).

6. Pengaruh dari variabel X6 (*physical evidence*) Colenak Original berpengaruh positif signifikan negatif terhadap variabel Y (keputusan pembelian). Sedangkan variabel X6 (*physical evidence*) Colenak Inovasi juga berpengaruh positif signifikan negatif terhadap variabel Y (keputusan pembelian).
7. Pengaruh dari variabel X7 (*process*) Colenak Original berpengaruh positif signifikan negatif terhadap variabel Y (keputusan pembelian). Sedangkan variabel X7 (*process*) Colenak Inovasi juga berpengaruh positif signifikan negatif terhadap variabel Y (keputusan pembelian).
8. Pengaruh dari faktor-faktor bauran pemasaran Colenak Original sudah cukup baik dan berpengaruh positif, karena banyak variabel-variabel yang berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. sedangkan faktor-faktor bauran pemasaran Colenak Inovasi juga sudah cukup baik dan berpengaruh positif, karena banyak variabel-variabel yang berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, maka penulis merekomendasikan hal-hal berikut:

5.2.1. Colenak Original dan Colenak Inovasi

1. Berdasarkan gambaran responden mengenai (*product*) Colenak Original yang berpengaruh negatif, bahwa seharusnya pengelola Colenak Original melakukan terobosan terbaru atau melakukan penambahan rasa agar konsumen lebih tertarik untuk membeli Colenak Original. Sedangkan produk dari Colenak Inovasi harus tetap mempertahankan.
2. Berdasarkan gambaran responden mengenai (*price*) Colenak Original yang berpengaruh negatif, seharusnya melakukan evaluasi tentang harga agar bisa

Giri Meigiya, 2015

Analisis Komparasi Faktor-Faktor Bauran Pemasaran Antara Produk Colenak Original dan Inovasi Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen di Kota Bandung

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

diterima oleh konsumen. Sama halnya dengan Colenak Original, *Price* Colenak Inovasi juga yang berpengaruh negatif. Sehingga perlu merubah porsi dan toping yang diberikan agar bisa menyesuaikan harga.

3. Berdasarkan gambaran responden mengenai (*place*) Colenak Original yang berpengaruh positif, sebaiknya tetap dipertahankan dalam aspek kebersihan dan kenyamanan. Sedangkan *place* dari Colenak Inovasi yang berpengaruh negatif sebaiknya perlu penataan kembali agar tempat terlihat rapih dan bersih.
4. Berdasarkan gambaran responden mengenai (*promotion*) Colenak Original yang berpengaruh positif, hal ini perlu juga dipertahankan sebab promosi adalah modal dalam memasarkan. Sedangkan *promotion* Colenak Inovasi yang berpengaruh negatif seharusnya promosi dijadikan modal awal dalam membuka usaha.
5. Berdasarkan gambaran responden mengenai (*people*) Colenak Original yang berpengaruh positif, hal ini harus tetap dipertahankan dan selalu memperhatikan etika dan kebersihan pegawai dalam melayani konsumen. Sedangkan *people* Colenak Inovasi juga mendapat pengaruh positif sehingga harus dipertahankan dan sebaiknya sering melakukan evaluasi terhadap pegawai tentang cara melayani konsumen yang baik.
6. Berdasarkan gambaran responden mengenai (*physical evidence*) Colenak Original yang berpengaruh positif, hal ini harus dipertahankan sebab kebersihan tempat dan alat-alat bisa jadi acuan konsumen untuk datang kembali. Sedangkan *physical evidence* dari Colenak Inovasi juga berpengaruh positif, hal ini harus tetap dipertahankan dan menambah kekurangan yang ada. Walaupun bertempat di kaki lima, tapi jika tempat bersih dan nyaman dapat memberikan kesan baik dari konsumen.
7. Berdasarkan gambaran responden mengenai (*process*) Colenak Original yang berpengaruh positif, hal ini harus dipertahankan sebab kebanyakan konsumen lebih senang jika tidak menunggu lama ketika menunggu pesanan. Sedangkan

Giri Meigiya, 2015

Analisis Komparasi Faktor-Faktor Bauran Pemasaran Antara Produk Colenak Original dan Inovasi Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen di Kota Bandung

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

process Colenak Inovasi juga berpengaruh positif, maka hal ini harus terus dipertahankan dan harus lebih baik lagi. Kecepatan dan ketepatan pegawai sangat diperhatikan konsumen.

8. Berdasarkan gambaran responden mengenai faktor-faktor bauran pemasaran Colenak Original dari semua keseluruhan banyak variabel yang berpengaruh positif dan seharusnya terus dipertahankan agar tetap menjadi pengaruh keputusan pembelian konsumen, dan sebaiknya mengevaluasi variabel yang belum signifikan. Sedangkan faktor-faktor bauran pemasaran Colenak Inovasi juga sudah baik, dan banyak variabel yang berpengaruh positif. Tetapi harus mengevaluasi dan memperbaiki variabel yang berpengaruh negatif. Karena banyak variabel Colenak Inovasi yang berpengaruh negatif dibandingkan Colenak Original.