

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN REKOMENDASI**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan kajian pustaka yang berupa uraian-uraian teori, hasil penelitian dengan menyebarkan angket, serta pengujian analisis regresi yang dilakukan untuk mengetahui pengaruh bauran produk terhadap keputusan pembelian pada produk obat maag Mylanta dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Gambaran bauran produk yang terdiri dari kualitas produk, fitur, style/gaya, desain, merek, kemasan, dan label. Berdasarkan tanggapan responden yang meliputi kualitas produk bahwa indikator yang paling baik berdasarkan skor tertinggi yaitu mutu yang dirasakan. Sedangkan indikator yang memiliki skor terendah adalah khasiat yang dirasakan obat. Kemudian pada indikator fitur menurut tanggapan responden bahwa indikator yang paling baik berdasarkan skor tertinggi adalah kesesuaian rasa, sedangkan indikator yang memiliki indikator yang terendah adalah kemudahan penggunaan obat. Kemudian pada indikator *style/gaya*, indikator daya tarik penampilan produk sudah sesuai dengan harapan konsumen. Pada indikator desain menurut tanggapan responden bahwa indikator yang paling baik berdasarkan skor tertinggi adalah variasi bentuk obat, sedangkan indikator yang memiliki skor terendah adalah keunikan logo. Kemudian pada indikator merek bahwa indikator yang paling baik berdasarkan skor tertinggi yaitu tingkat kemudahan mengingat merek sedangkan indikator yang memiliki indikator yang terendah adalah tingkat ketertarikan merek. Kemudian pada indikator kemasan indikator yang paling

baik berdasarkan skor tertinggi yaitu daya tarik warna kemasan, sedangkan indikator yang memiliki indikator yang terendah adalah daya tahan kemasan. Kemudian pada indikator label indikator yang paling baik berdasarkan skor tertinggi yaitu daya tarik gambar sedangkan indikator yang memiliki indikator yang terendah adalah daya tarik warna label. Secara keseluruhan berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa responden yang merupakan konsumen pengguna obat maag Mylanta di kelurahan Isola memilih obat maag Mylanta, karena salah satu mutu obat maag Mylanta yang baik, obat maag Mylanta memiliki kinerja yang baik dalam menyembuhkan penyakit maag.

2. Gambaran keputusan pembelian. Berdasarkan tanggapan konsumen yang terdiri dari lima indikator yaitu Pemilihan Produk, Pemilihan Merek, Pemilihan Saluran Pembelian, Penentuan waktu pembelian dan Jumlah Pembelian. Tanggapan responden yang meliputi pemilihan merek, skor tertinggi yaitu keinginan membeli merek Mylanta dan kepercayaan terhadap merek Mylanta, sedangkan indikator skor terendah adalah penilaian terhadap citra merek Mylanta. Kemudian pada indikator pilihan produk menurut tanggapan responden skor tertinggi adalah harga jual Mylanta yang sudah sesuai dengan tingkat kualitas produk Mylanta, hal ini dikarenakan harga produk Mylanta di industri obat maag berdasarkan survei termasuk mahal, akan tetapi sebanding dengan kualitas yang mereka dapatkan. Sedangkan indikator yang memiliki skor yang terendah adalah tingkat keragaman pada varian produk Mylanta. Kemudian pada indikator waktu pembelian menurut

tanggapan responden skor tertinggi adalah intensitas pembelian Mylanta, sedangkan indikator yang memiliki skor yang terendah adalah keteraturan pembelian obat maag Mylanta. Kemudian pada jumlah pembelian tingkat kuantitas pembelian obat maag Mylanta sebagai item pertanyaan menunjukkan bahwa kuantitas pembelian obat maag Mylanta sudah menunjukkan tingkat kuantitasnya sudah banyak. Kemudian pada saluran pembelian skor tertinggi yaitu kemudahan lokasi pembelian sedangkan indikator yang dan yang terendah adalah tentang persepsi tempat pembelian.

3. Secara keseluruhan berdasarkan hasil pengujian menunjukkan Bauran Produk yang terdiri dari kualitas produk, fitur, style/gaya, desain, merek, kemasan, dan label berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian pada produk obat maag Mylanta.

## **5.2 Rekomendasi**

Dari hasil penelitian, hal-hal yang dapat peneliti rekomendasikan pada PT Pfizer dalam mengoptimalkan bauran produk obat maag Mylanta adalah sebagai berikut:

1. Dalam kualitas Mylanta dinilai menurut konsumen dinilai baik, untuk itu perusahaan harus dapat mempertahankannya, indikator terendah yaitu khasiat yang dirasakan, oleh karena itu perusahaan harus meningkatkan khasiat dari obat itu sendiri, sehingga fungsi dasar dari obat itu sendiri dirasakan baik oleh konsumen. Pada fitur, indikator yang memperoleh skor terendah adalah kemudahan penggunaan obat, oleh karena itu sebaiknya perusahaan mempermudah cara penggunaan pada semua jenis

varian obat yang dikeluarkan, dengan cara memperkecil ukuran pada bentuk tablet, tersedianya sendok untuk bentuk cair sehingga lebih mudah untuk digunakan. Dari segi desain indikator yang memperoleh skor terendah adalah keunikan logo, oleh karena itu sebaiknya perusahaan mendisain ulang logo perusahaan atau memperbaikinya agar lebih sesuai dengan konsumen. Dari segi merek indikator yang memperoleh skor terendah adalah tingkat ketertarikan merek, oleh karena itu sebaiknya perusahaan lebih mengembangkan merek yang telah ada di pasaran, agar lebih sesuai dengan benak konsumen dan memberi sugesti pada produk. Dari segi kemasan indikator yang memperoleh skor terendah adalah daya tahan kemasna, oleh karena itu perusahaan sebaiknya memperbaiki kemasan dengan mengganti bahan dasar kemasan sehingga kemasan menjadi lebih kuat akan tetapi tetap fleksibel, karena kemasan melambangkan jaminan suatu produk yang baik. Pada segi label, indikator yang memperoleh skor terendah adalah daya tarik warna label pada kemasan, oleh karena itu sebaiknya perusahaan memperbaiki warna warna yang digunakan pada label.

2. Pada indikator pilihan merek indikator yang mendapatkan skor terendah adalah citra merek, oleh karena itu perusahaan harus meningkatkan lagi strategi mereknya, dengan bersaing dalam harga agar citra merek Mylanta di pasar tidak terkesan mahal dan eksklusif hanya kalangan kelas menengah atas selain itu sebaiknya perusahaan membangun merek yang kuat sehingga merek Mylanta mempunyai citra yang baik di mata konsumen. Pada

indikator pilihan produk yang mendapatkan skor terendah adalah varian produk, oleh karena itu sebaiknya perusahaan mencoba berinovasi dengan mengembangkan produk yang sudah ada, sehingga lebih sesuai dengan harapan konsumen. Pada indikator saluran pembelian skor terendah adalah persepsi lokasi pembelian, karena itu perusahaan harus membenahi atau bekerja sama dengan distributor, sampai penjual Mylanta untuk memperbaiki outletnya sehingga persepsi tempat menjadi baik. Untuk varian produk yang sering digunakan adalah jenis Mylanta tablet dan mylanta forte untuk itu perusahaan harus memfokuskan pada produk Mylanta tablet dan Mylanta forte karena pada jenis produk ini sangat disukai oleh konsumen, selain itu perusahaan membuat keluhan konsumen jika obat yang digunakan bermasalah pada konsumen

3. Untuk penelitian selanjutnya peneliti menyarankan agar dilakukan penelitian selain bauran produk, bauran pemasaran lain seperti harga, tempat dan promosi, hal ini dikarenakan peneliti hanya meneliti sebagian kecil dari bagian bauran pemasaran, dan masih banyak faktor lain yang memengaruhi terciptanya keputusan pembelian konsumen Mylanta.