

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh kinerja bauran pemasaran dengan keputusan pembelian konsumen di kompleks Metro Kecamatan Rancasari Bandung, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Gambaran kinerja bauran pemasaran teh celup walini menurut persepsi konsumen dinilai cukup baik. Hal tersebut ditunjukkan oleh jawaban responden penelitian di kompleks Metro Kecamatan Rancasari Bandung terhadap unsur kinerja bauran pemasaran teh celup Walini yang terdiri dari produk, harga, lokasi, promosi yang secara umum berada pada kategori sedang. Penilaian tertinggi diberikan kepada unsur produk yakni kualitas produk, daya tarik kemasan, kejelasan informasi produk pada label, daya tarik seduhan hingga kepada citra merek produk yang dinilai cukup baik.
2. Penilaian Responden teh celup Walini di kompleks Metro Kecamatan Rancasari Bandung terhadap keputusan pembelian konsumen dilihat dari pemilihan produk, merek, saluran pembelian, waktu pembelian, dan jumlah pembelian termasuk pada kategori tinggi. Tingkat keputusan pembelian sangat tinggi terlihat pada tingkat pemilihan produk dengan skor rata-rata tertinggi karena produk yang dihasilkan memiliki kualitas yang baik dari segi variasi, kualitas, ciri produk, dan kemasan, namun pemilihan jumlah pembelian memperoleh skor terendah yang berarti

pelanggan hanya membeli teh celup Walini sewaktu-waktu dengan jumlah yang sedikit sesuai dengan kebutuhan.

3. Adanya pengaruh yang positif dan signifikan dari kinerja bauran pemasaran teh celup walini terhadap keputusan pembelian konsumen. Temuan dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa alasan utama konsumen menggunakan teh celup Walini disebabkan kualitasnya yang baik selain itu juga kemudahan dalam mendapatkan produk dan lain sebagainya.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan hasil penelitian mengenai pengaruh kinerja bauran pemasaran teh celup Walini dengan keputusan pembelian konsumen di komplek Metro Kecamatan Rancasari Bandung, maka untuk mencapai tujuan perusahaan dengan peningkatan terhadap kinerja bauran pemasaran teh celup Walini dan meningkatkan keputusan pembelian konsumen peneliti mengajukan saran yang dapat menjadi pertimbangan bagi perusahaan dalam menentukan strategi produk teh celup Walini yaitu sebagai berikut :

1. Melakukan terobosan-terobosan sehingga teh celup Walini lebih dapat dikenal oleh konsumen dan lebih bermanfaat. Peningkatan pengenalan produk kepada konsumen dengan meningkatkan penyampaian informasi kepada konsumen melalui media elektronik (TV, dan Internet) dan media cetak (Koran, Majalah dan Billboard), karena saat ini media elektronik dan

cetak merupakan media informasi yang diminati sebagian besar konsumen Indonesia yang cenderung merupakan konsumen yang melakukan pencarian informasi secara pasif.

2. Peningkatan efektifitas semua dimensi kinerja bauran pemasaran secara selaras dimana dimensi kinerja bauran pemasaran yang satu mempengaruhi efektifitas dimensi kinerja bauran pemasaran lainnya disarankan dapat meningkatkan keputusan pembelian konsumen. Hal ini akan berdampak pada frekuensi pembelian dan jumlah pembelian yang dilakukan oleh para konsumen semakin meningkat.
3. Kestrategisan lokasi pembelian dan ketersediaan produk akan meningkatkan keputusan pembelian konsumen, dengan lokasi pembelian yang lebih dekat dengan konsumen akan mempermudah konsumen untuk mendapatkan produk tersebut dan dengan selalu tersedianya produk di tempat penjualan akan menumbuhkan kepercayaan kepada konsumen.
4. Penelitian berikutnya diharapkan peneliti melakukan studi terhadap teh celup Walini secara lebih luas dari berbagai aspek pemasaran seperti merek produk, promosi produk, harga produk, dan lain sebagainya, sehingga dapat memberikan hasil yang maksimal dan kontribusi yang maksimal pula untuk peneliti dan perusahaan.