

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Dari hasil analisis terhadap data-data yang didapatkan selama penelitian yang dilakukan oleh penulis, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Bauran pemasaran yang dilakukan oleh Showroom “TARUNO MOTOR” di Kota Karawang sudah berjalan baik, yang mana sebagian besar pelanggan memberikan tanggapan setuju mengenai *product, place, promotion, price, people, process, dan physical evidence*. Tetapi pada tempat dan fasilitas fisik masih ada kekurangan, karena jawaban pelanggan banyak yang ragu-ragu, hal ini disebabkan Showroom “TARUNO MOTOR” kurang memaksimalkan bauran pemasaran.
2. Keputusan pembelian di Showroom “TARUNO MOTOR” sudah baik, hal ini dilihat dari tanggapan pelanggan yang selalu melakukan pembelian di Showroom “TARUNO MOTOR”. Kemudian pelanggan melakukan pembelian lebih dari satu dalam kriteria waktu tertentu, di samping itu pelanggan menolak membeli produk lain dan kebal terhadap daya tarik pesaing dan berusaha menarik.
3. Besar pengaruh bauran pemasaran terhadap keputusan pembelian di Showroom “TARUNO MOTOR” adalah 0,635, sedang besarnya dimensi *product* terhadap keputusan pembelian adalah sebesar 0,0153, kemudian besar pengaruh *place* terhadap keputusan pembelian adalah sebesar 0,000036.

Selanjutnya besarnya pengaruh *promotion* terhadap keputusan pembelian adalah sebesar 0,64. *Price* juga memberikan pengaruh terhadap keputusan pembelian sebesar 0,0166, dan *people* yang berkerja di Showroom “TARUNO MOTOR” memberikan pengaruh terhadap keputusan pembelian sebesar 0,1288. *Process* yang dilakukan oleh Showroom “TARUNO MOTOR” dalam menyiapkan pesan pelanggan memberikan pengaruh terhadap keputusan pembelian sebesar 0.0967, dan *physical evidence* memberikan pengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen Showroom “TARUNO MOTOR” Kota Karawang sebesar 0,1681. Secara keseluruhan bahwa bauran pemasaran mempengaruhi secara signifikan terhadap keputusan pembelian di Showroom “TARUNO MOTOR”

4. Dimensi bauran pemasaran, yaitu *product, place, promotion, price, people, process, dan physical evidence* yang paling dominan berpengaruh terhadap keputusan pembelian Showroom “TARUNO MOTOR” Kota Karawang adalah *people* dan *physical evidence*

5.2. Saran

Berdasarkan kesimpulan terhadap data-data yang ditemukan selama penelitian maka peneliti mengajukan beberapa saran sebagai berikut:

1. Untuk meningkatkan penjualan terhadap keputusan pembelian agar semakin meningkat, Showroom “TARUNO MOTOR” perlu menjaga kualitas dari produk, agar pelanggan merasa puas ketika sudah melakukan pembelian di Showroom “TARUNO MOTOR”.

2. Hasil penelitian memperlihatkan bahwa tempat dan fasilitas fisik Showroom “TARUNO MOTOR” masih kurang, oleh sebab itu perlu dilakukan pengembangan bauran pemasaran dari Showroom “TARUNO MOTOR” untuk meningkatkan penjualan perusahaan.