

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

1. Produk (*product*) tidak berpengaruh terhadap niat beli konsumen Toko Bina Maju Mandiri, yang artinya produk kurang mempengaruhi niat beli. Hal ini disebabkan produk yang dijual Toko Bina Maju Mandiri tersedia di toko-toko lain, dan karena mengejar harga yang murah produk-produk yang dijual kurang memperhatikan mutu, seperti: variasi produk yang kurang beranekaragam, kualitas produk yang kurang baik, produk yang cepat rusak, kemasan produk yang kurang menarik, dan tidak adanya penggantian produk yang rusak.

2. Tempat (*place*)

Tempat (*place*) tidak berpengaruh terhadap niat beli konsumen Toko Bina Maju Mandiri, yang artinya tempat kurang mempengaruhi niat beli. Hal ini bisa disebabkan karena lokasi toko yang sulit dijangkau karena terlalu jauh dari pusat kota sehingga sulit dalam kegiatan penyaluran barang (distribusi), dan produk-produk yang ditawarkan memiliki stok yang terbatas.

3. Promosi (*promotion*)

Promosi (*promotion*) tidak berpengaruh terhadap niat beli konsumen Toko Bina Maju Mandiri, yang artinya promosi kurang mempengaruhi niat beli. Hal ini bisa disebabkan karena spanduk yang kurang jelas, ruangan toko yang

kurang rapi, tidak adanya potongan harga, dan kurangnya bonus atau hadiah yang menarik bagi konsumen.

Secara keseluruhan, elemen bauran pemasaran tidak memberikan pengaruh terhadap niat beli konsumen Toko Bina Maju Mandiri. Hal ini dapat dilihat dari nilai *adjusted R square* niat beli sebesar -0,028, yang artinya sama dengan nol berarti tidak ada pengaruh.

5.2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang didapat, penulis mencoba mengemukakan beberapa saran dan masukan yang diharapkan dapat berguna bagi Toko Bina Maju Mandiri dan pihak-pihak lainnya:

1. Toko Bina Maju Mandiri sebaiknya lebih meningkatkan kualitas produk dan menambah variasi produk sesuai dengan kebutuhan konsumen.
2. Toko Bina Maju Mandiri harus selalu memantau perkembangan harga baik dari *supplier* maupun dari pesaing yang mencoba mengambil pasar sasaran toko, dan harus terus memperhatikan harga yang ditetapkan karena kondisi ekonomi yang terus berubah dengan naik turunnya nilai tukar rupiah yang secara langsung mempengaruhi harga produk.
3. Untuk bauran *place*, Toko Bina Maju Mandiri sebaiknya meningkatkan lagi saluran distribusinya, misalnya: dengan menjadi agen atau distributor dan membuka cabang-cabang baru sehingga pencapaian lokasi oleh konsumen dapat lebih mudah.

4. Toko Bina Maju Mandiri sebaiknya meningkatkan bauran promosi yang dilakukan dan jika memungkinkan lewat sarana pemasaran lain seperti iklan di koran, memberikan bonus kumulatif pembelian, dan sebagainya.