

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan dalam penelitian ini dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa secara simultan (bersama – sama) bauran pemasaran yang terdiri atas produk (X1), harga (X2), distribusi (X3), dan promosi (X4) berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan konsumen untuk membeli furniture di CV Arcana Dewata Malang. Sedangkan secara parsial dari hasil uji t (parsial) menunjukkan bahwa produk (X1), harga (X2), distribusi (X3), dan promosi (X4) berpengaruh signifikan terhadap keputusan membeli furniture di CV Arcana Dewata Malang.
2. Selanjutnya, dari hasil perhitungan sumbangan efektif menunjukkan bahwa salah satu dari faktor bauran pemasaran yang mempunyai pengaruh paling besar (dominan) terhadap volume penjualan untuk membeli mebel di CV Arcana Dewata Malang yaitu faktor distribusi (X3). Hal ini didukung oleh besarnya pengaruh langsung dari faktor distribusi (X3) tersebut terhadap koefisien regresi sebesar 0.947.

B. SARAN

Berdasarkan kesimpulan dan pembahasan hasil penelitian ,dikemukakan saran-saran bagi pihak instansi terkait (Pihak CV Arcana Dewata Malang). Dengan adanya penelitian ini , diketahui bahwa keputusan konsumen dalam membeli furniture di CV Arcana Dewata Malang ternyata dipengaruhi secara signifikan oleh bauran pemasaran (marketing mix) terutama oleh faktor produk (X1), harga (X2), tempat (X3), dan promosi (X4).Oleh karena itu , agar pihak perusahaan Arcana Dewata Malang dapat meningkatkan keputusan konsumen untuk membeli furniture di CV Arcana Dewata Malang, makanya pihak perusahaan perlu sekali memerhatikan faktor-faktor dari bauran pemasaran tersebut, terutama pada faktor strategi pemasaran dimana sebelumnya pihak CV Arcana Dewata sudah memasarkan melalui pemasangan banner, katalog produk,penyebaran brosur .Pihak Arcana Dewata juga bisa menambahkan strategi pemasaran dalam bentuk voucher, mencetak kalender secara rutin, memperluas penyebaran brosur , penataan display (pajangan) produk yang baik guna meningkatkan daya tarik konsumen dalam melakukan pembelian serta meningkatkan keuntungan melalui volume penjualan yang tinggi.

Berdasarkan kesimpulan dan pembahasan hasil penelitian, dikemukakan saran-saran bagi pihak perusahaan Arcana Dewata Furniture, terkait dengan adanya hasil analisis bahwa faktor yang berpengaruh paling dominan terhadap keputusan pembelian adalah faktor distribusi (X3).Maka dari itu pihak perusahaan perlu meningkatkan lagi di faktor distribusi tersebut

melalui keberadaan produk yang mudah didapat, ketersediaan produk yang memberikan kemudahan untuk mendapatkan produk tersebut, dan bisa juga membuka cabang dengan letak toko yang strategis sehingga dapat meningkatkan volume penjualan dan menarik para konsumen untuk berlangganan serta bisa juga menjadi pelanggan setia.



DAFTAR PUSTAKA

- Dajan,S. 1995. **Pengamatan Metode Statistik**. Jilid 1. Pustaka LP3ES Indonesia. Jakarta.
- Hasan,M. 2002. **Pokok-Pokok Metodologi Penelitian dan Aplikasinya**. Ghalia Indonesia. Jakarta.
- Hasibuan ,Malayu SP.2003. **Manajemen**. Bumi Aksara. Jakarta.
- Hasan, Ali. 2008. **Marketing**. Medpress (Anggota IKAPI). Yogyakarta.
- Kotler, Philip. 2000. **Manajemen Pemasaran**. Jilid I . Edisi Milenium PT.Prenhallindo. Jakarta.
- Kotler, Philip. 2002. **Manajemen Pemasaran**. Jilid 1. Edisi Milenium PT.Prenhallindo. Jakarta.
- Kotler, Philip. 2006. **Manajemen Pemasaran**. Jilid 2. Edisi Milenium PT.Prenhallindo. Jakarta.
- Kotler, Philip. 2007. **Manajemen Pemasaran**. Jilid 2 Edisi keduabelas. Indeks. Jakarta.
- Tjiptono, Fandy. 2008. **Strategi Pemasaran**. Edisi III. Penerbit Andi. Yogyakarta.
- Manullang. 2004. **Dasar-Dasar Manajemen**. Liberty. Yogyakarta
- Riyanto. Bedjo. 2000. Iklan Surat Kabar Dan Perubahan Masyarakat Jawa Masa Kolonial, Cetakan Pertama. Trawang. Yogyakarta.
- Santoso,S. 2003. **Buku Statistik Multivariat**. PT. Elex Media Komputindo. Jakarta.
- Stanton, William J.2001. **Prinsip-Prinsip Pemasaran**. Erlangga. Jakarta.
- Drs.Sugiyono. Roscoe. 2012. **Research Methods For Business**. Erlangga. Jakarta.