

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dikemukakan sebelumnya, maka penulis dapat menarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Pelaksanaan Bauran Pemasaran yang dilakukan oleh PT. ARICO UTAMA ditunjukkan dalam wujud *product, price, place, promotion* tergolong cukup efektif meskipun masih ada yang kurang, akan tetapi pelaksanaan *Bauran Pemasaran* dapat dengan mudah diterima oleh para konsumen.
2. Tanggapan pelanggan tentang pelaksanaan promosi *Bauran Pemasaran* yang dilakukan oleh PT. ARICO UTAMA termasuk dalam kategori cukup baik. Pelaksanaan Bauran Pemasaran yang masih dianggap kurang di PT. ARICO UTAMA, antara lain menyangkut :
 - a) Sebagian konsumen dari PT. ARICO UTAMA menganggap bahwa lokasi penjualan PT. ARICO UTAMA kurang strategis, sehingga menyulitkan konsumen untuk melakukan pembelian produk yang ditawarkan PT. ARICO UTAMA.
 - b) Sebagian konsumen dari PT. ARICO UTAMA menganggap bahwa Blog PT. ARICO UTAMA yang digunakan masih sulit untuk diakses.
3. Tingkat keputusan pembelian konsumen terhadap produk batu alam PT. ARICO UTAMA termasuk dalam kategori cukup baik.
4. Terdapat pengaruh *bauran pemasaran* terhadap keputusan pembelian produk baru alam PT. ARICO UTAMA dengan tingkat pengaruh yang kuat.

5.2 Saran

Berdasarkan uraian pembahasan, maka disarankan untuk melakukan beberapa hal sebagai berikut:

1. Guna menanggulangi permasalahan terbatasnya alat promosi yang digunakan, sebaiknya PT. ARICO UTAMA menyediakan depot tersendiri untuk melakukan penjualan dan mempermudah konsumen untuk melakukan transaksi. Depot (pangkalan) di tengkulak-tengkulak yang memiliki kerjasama dengan PT. ARICO UTAMA.
2. Guna menanggulangi permasalahan sulitnya mengakses blog atau jejaring social PT. ARICO UTAMA, sebaiknya perusahaan melakukan evaluasi atau memperbaharui blog atau situs web dengan yang baru agar dapat memberikan informasi lengkap mengenai keunggulan-keunggulan dari produk dan layanan yang diberikan
3. *Bauran Pemasaran* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk batu alam PT. ARICO UTAMA, maka diharapkan kepada perusahaan lebih meningkatkan kualitas dan produk untuk merangsang agar *Bauran Pemasaran positif* mampu mendorong keputusan pembelian konsumen dengan membuktikan kebenaran informasi tentang produk batu alam PT. ARICO UTAMA.

Dikarenakan penelitian ini hanya meneliti tentang promosi *bauran pemasaran* saja, sedangkan masih terdapat faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian maka untuk penelitian selanjutnya disarankan untuk meneliti mengenai faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.