

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian analisis bauran pemasaran dalam upaya meningkatkan minat beli anggota studi kasus pada unit toko KSU Budidaya Buah Batu Bandung yang telah disajikan pada bab pembahasan sebelumnya, maka dari hasil penelitian tersebut dapat diambil simpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil penelitian mengenai penerapan bauran pemasaran pada unit toko KSU Budidaya melalui penilaian kinerja dan kepentingan bauran pemasaran bahwa jumlah kinerja bauran pemasaran yaitu 3.784 berada pada kriteria baik dan jumlah kepentingan bauran pemasaran yaitu 3.965 berada pada kriteria penting. Dari diagram kartesius diketahui bahwa yang berada pada Kuadran I yaitu kelengkapan produk, harga dibandingkan pesaing, kecepatan karyawan, karyawan memiliki sikap yang ramah, karyawan yang terlatih dan kebersihan yang terjaga. Pada Kuadran II yaitu variasi produk, harga yang ditawarkan, promosi dari mulut ke mulut, lokasi unit usaha dan layanan pesan antar (*delivery*). Pada Kuadran III yaitu diskon yang ditawarkan, promosi di media sosial dan produk yang tersedia melalui saluran distribusi. Sedangkan pada Kuadran IV yaitu kualitas produk dan lahan parkir.
2. Berdasarkan hasil penelitian mengenai minat beli anggota pada unit toko KSU Budidaya sudah berada pada kriteria baik. Artinya minat beli anggota

sudah bisa dikatakan optimal karena anggota merasa senang dan puas ketika membeli produk yang ada di unit toko KSU Budidaya.

3. Upaya-upaya yang dapat dilakukan unit toko KSU Budidaya dalam meningkatkan minat beli anggota dengan melakukan perbaikan pada penerapan bauran pemasaran yaitu dengan memprioritaskan indikator yang berada pada kuadran I, mempertahankan indikator yang berada pada kuadran II, meningkatkan indikator yang berada pada kuadran III dan mempertimbangkan kembali dan perlu dilakukan penyesuaian terhadap indikator yang berada pada kuadran IV.

5.2. Saran-Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh penulis, maka dapat diajukan saran-saran sebagai berikut:

1. Disarankan kepada peneliti selanjutnya untuk melakukan penelitian lebih mendalam lagi mengenai bauran pemasaran pada unit toko KSU Budidaya Buah Batu Bandung. Melakukan observasi dan penyebaran kuesioner yang lebih mendalam lagi dengan menggunakan bauran pemasaran 7P seperti yang digunakan pada penelitian ini atau menggunakan bauran pemasaran 10P agar penelitian semakin kuat, kemudian melakukan deskripsi hasil penelitian berdasarkan pada studi kepustakaan yang relevan dan terbaru.
2. Dari hasil diagram kartesius mengenai penerapan bauran pemasaran pada unit toko KSU Budidaya melalui kinerja dan kepentingan bauran pemasaran, maka unit toko harus memprioritaskan indikator-indikator yang berada pada Kuadran I. Mempertahankan indikator-indikator yang berada pada Kuadran

- II. Meningkatkan indikator-indikator yang berada pada Kuadran III dan mempertimbangkan kembali dan perlu dilakukan penyesuaian terhadap indikator-indikator yang berada pada kuadran IV.
3. Untuk meningkatkan minat beli anggota, KSU Budidaya perlu memperhatikan kembali anggota yang sudah tidak aktif atau jarang berpartisipasi di KSU Budidaya agar anggota yang berpartisipasi di unit toko bisa meningkat dan jika perlu seluruh anggota kembali aktif berpartisipasi. Selain itu KSU Budidaya juga harus bisa memberikan pelayanan terbaik untuk setiap anggota agar mereka merasa puas dan nyaman karena telah berbelanja di unit toko KSU Budidaya. Pengurus dan karyawan juga harus sering melakukan promosi agar anggota selalu tahu apa yang ada dan tidak ada di unit toko agar tidak ada rasa kecewa dan berpindah ke pesaing.