

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai pengaruh bauran pemasaran terhadap kepuasan konsumen serta dampaknya terhadap volume pembelian yang dilaksanakan pada usaha W&R Bakery, maka dapat ditarik simpulan beserta saran-saran bagi W&R Bakery sebagai berikut:

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan sebelumnya maka dapat ditarik simpulan sebagai berikut:

1. Penerapan bauran pemasaran pada W&R Bakery memiliki kriteria cukup baik, hal ini dapat dilihat dari produk yang cukup baik, harga yang baik, promosi yang kurang baik dan tempat yang cukup baik.
2. Kepuasan yang dirasakan oleh konsumen W&R Bakery puas, namun perlu diperhatikan diantaranya kurang memberikan informasi yang dapat memudahkan konsumen, serta tidak melakukan pengenalan produk baru dalam upaya menciptakan pembelian ulang.
3. Perkembangan volume pembelian pada konsumen berdasarkan area yaitu kabupaten mempunyai tingkat pembelian yang berbeda dan memiliki pembelian berulang dalam dua tahun terakhir.
4. Terdapat pengaruh signifikan antara bauran pemasaran terhadap kepuasan konsumen secara parsial maupun simultan. Kepuasan konsumen dipengaruhi oleh produk (9,24%), harga (36,60%), promosi (13,91%) dan dipengaruhi oleh tempat (7,12%). Secara simultan bauran pemasaran

berpengaruh terhadap kepuasan konsumen (32,4%) dan sisanya (67,6%) dipengaruhi oleh faktor lain.

5. Terdapat pengaruh antara bauran pemasaran dan kepuasan konsumen terhadap volume pembelian secara simultan. Pengaruh parsial ditunjukkan pada tempat terhadap volume pembelian (1,32%), kepuasan konsumen terhadap volume pembelian (93,12%). Besarnya pengaruh secara simultan (83,5%) dan sisanya (16,5%) dipengaruhi faktor lain.
6. Terdapat pengaruh tidak langsung, yaitu produk terhadap volume pembelian melalui kepuasan konsumen (8,60%), harga terhadap volume pembelian melalui kepuasan konsumen (33,99%), promosi terhadap volume pembelian melalui kepuasan konsumen (12,89%), dan tempat terhadap volume pembelian melalui kepuasan konsumen (6,66%).
7. Upaya yang dilakukan menurut hasil wawancara salah satunya mengerjakan pesanan dengan waktu lebih awal, memperbaiki bauran pemasaran, dan berusaha dalam memuaskan konsumen.
8. Perkembangan Pra Koperasi IWABI untuk dapat berbadan hukum sesuai dengan hasil wawancara akan dibenahi dari segi administrasi, partisipasi anggota, kemandirian, akta dan anggaran dasar koperasi.
9. Peran dan manfaat koperasi terhadap usaha W&R Bakery dalam jasa keuangan dan fasilitas proses produksi.
10. Pelayanan Pra Koperasi IWABI menurut hasil wawancara menunjukkan bahwa pelayanan kurang maksimal.

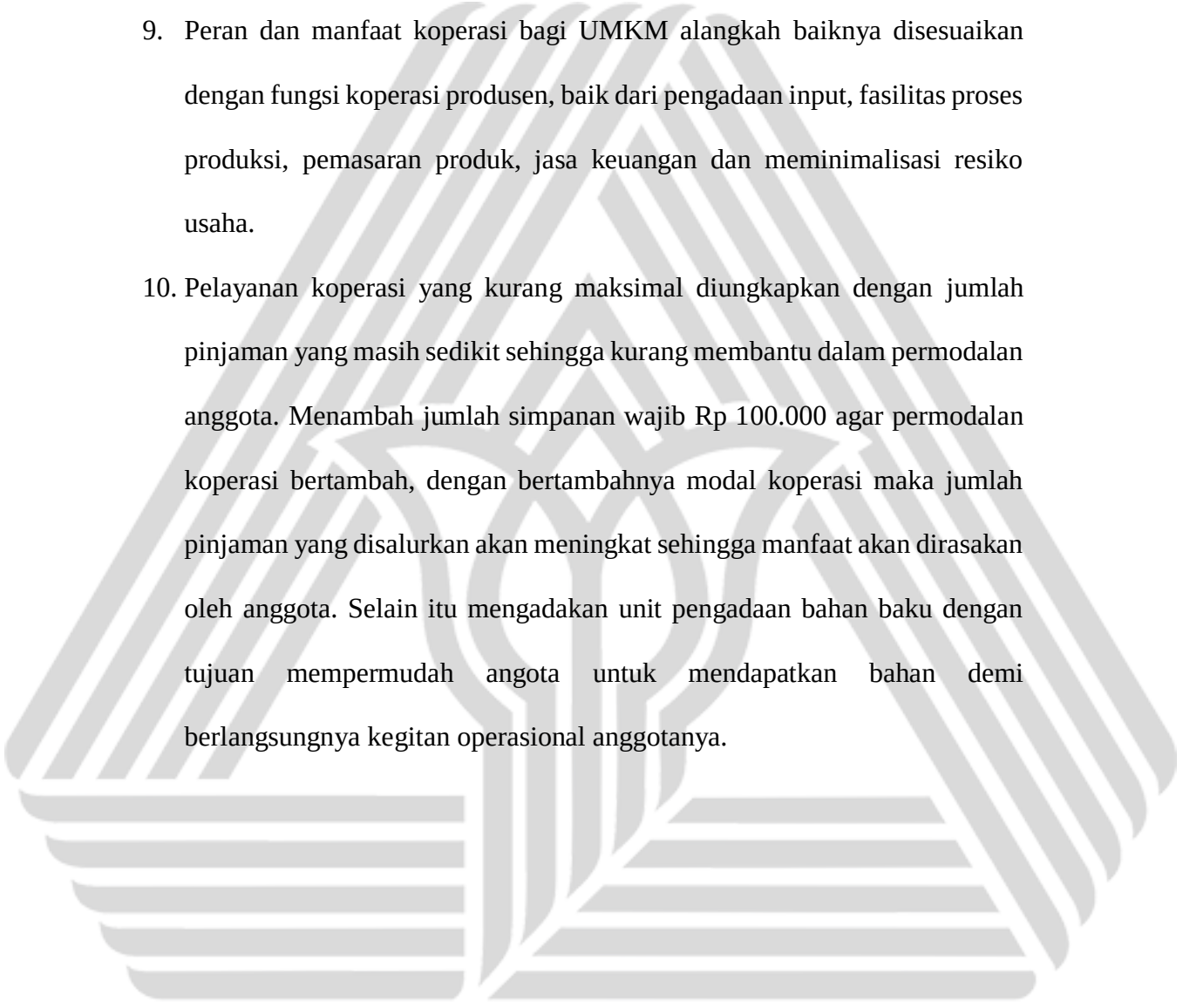
5.2 Saran

Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan, maka peneliti memberikan saran-saran yang sekiranya dapat menciptakan kepuasan konsumen dalam upaya meningkatkan volume pembelian, sebagai berikut:

1. Meningkatkan dan perbaikan penerapan bauran pemasaran dalam menciptakan kepuasan konsumen dari produk, harga, promosi dan tempat. Dari produk dapat dilakukan peningkatan dari ragam produk yang ditawarkan kepada konsumen, kualitas produk, desain, merek dan kemasan produk. Dari harga dapat diperpuasi dengan cara menawarkan harga yang lebih murah dari pesaing, memberikan diskon, memberikan cara pembayaran yang mudah serta disesuaikan dengan periode pembayaran yang telah disepakati. Selain itu melakukan periklanan yang rutin dan menyediakan tempat strategis yang mudah dijangkau oleh konsumen.
2. Dalam upaya menciptakan kepuasan bagi konsumen maka perusahaan sepuasnya menjaga hubungan puas dengan konsumen, seperti selalu memberikan informasi bagi konsumen mengenai perusahaan, menerima dan menanggapi kritik dan saran dari konsumen.
3. Dalam meningkatkan volume pembelian konsumen maka sebaiknya perusahaan menciptakan kepuasan konsumen dengan tujuan untuk menciptakan pembelian berulang. Kepuasan yang dirasakan dari produk yang baik, harga yang sesuai, promosi yang dapat mempengaruhi konsumen, dan tempat yang mudah dijangkau.

4. Bauran pemasaran berpengaruh terhadap kepuasan konsumen maka sebaiknya W&R Bakery meningkatkan dan memperbaiki bauran pemasaran seperti pada poin 1 untuk meningkatkan kepuasan konsumen.
5. Tempat dan kepuasan konsumen berpengaruh terhadap volume pembelian maka sebaiknya W&R Bakery memiliki tempat yang strategis agar konsumen lebih mudah menjangkau dalam pembelian serta secara tidak langsung mempromosikan kepada konsumen yang melalui tempat tersebut sehingga pembelian akan meningkat. Selain itu kepuasan konsumen perlu diperhatikan terutama dalam pemberian informasi mengenai produk baru sehingga pembelian akan meningkat dengan adanya rasa penasaran.
6. Terdapat pengaruh tidak langsung, maka dalam peningkatan volume pembelian akan melewati kepuasan konsumen terlebih dahulu. Maka sebaiknya kepuasan tetap harus diperhatikan sesuai perbaikan pada saran poin 3.
7. Dalam upaya memenuhi produk pesanan yang banyak, disarankan untuk menambah mesin ataupun tenaga kerja untuk dapat memenuhi kebutuhan konsumen.
8. Untuk dapat berbadan hukum Pra Koperasi IWABI disarankan terlebih dahulu memenuhi syarat sebagai koperasi primer, dengan menambah 2 anggota. Untuk itu mengajak para UMKM yang ingin berkoperasi tanpa paksaan. Setelah syarat tersebut terpenuhi maka disesuaikan dengan Peraturan Menteri Nomor 01 Tahun 2006 yang telah tercatum pada pendekatan masalah BAB II.

9. Peran dan manfaat koperasi bagi UMKM alangkah baiknya disesuaikan dengan fungsi koperasi produsen, baik dari pengadaan input, fasilitas proses produksi, pemasaran produk, jasa keuangan dan meminimalisasi resiko usaha.
10. Pelayanan koperasi yang kurang maksimal diungkapkan dengan jumlah pinjaman yang masih sedikit sehingga kurang membantu dalam permodalan anggota. Menambah jumlah simpanan wajib Rp 100.000 agar permodalan koperasi bertambah, dengan bertambahnya modal koperasi maka jumlah pinjaman yang disalurkan akan meningkat sehingga manfaat akan dirasakan oleh anggota. Selain itu mengadakan unit pengadaan bahan baku dengan tujuan mempermudah anggota untuk mendapatkan bahan demi berlangsungnya kegiatan operasional anggotanya.



IKOPIN