

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang peneliti telah laksanakan mengenai pengaruh bauran pemasaran dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian Makuku *air diapers* di Jawa Barat, maka peneliti dapat menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil analisis deskriptif diketahui bahwa tanggapan responden mengenai variabel bauran pemasaran (X1) yang terdiri dari sub-variabel produk, harga, lokasi, dan promosi, variabel kualitas pelayanan (X2) dan variabel keputusan pembelian konsumen (Y) berada pada kategori sangat baik. Hal tersebut ditunjukkan oleh jawaban responden untuk item-item pernyataan yang menggambarkan keseluruhan variabel pada pernyataan keputusan pembelian konsumen Makuku *air diapers* yang berada dalam kondisi sangat baik. Analisis deskriptif menunjukkan bahwa variabel bauran pemasaran menunjukkan % skor aktual terendah sedangkan variabel kualitas pelayanan menunjukkan % skor aktual tertinggi.
2. Variabel bauran pemasaran yang terdiri dari sub-variabel produk, harga, lokasi dan promosi memiliki korelasi yang kuat dengan variabel kualitas pelayanan yaitu sebesar 90%.

3. Bauran pemasaran dan kualitas pelayanan berpengaruh secara positif signifikan terhadap keputusan pembelian Makuku *air diapers* di Jawa Barat, hal tersebut di tunjukkan melalui uji T dan uji F.

5.2 Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan maka peneliti dapat mengajukan beberapa saran berikut untuk PT Lucky Mom Indonesia selaku perusahaan yang menaungi Makuku *air diapers* khususnya area Jawa Barat:

1. Berdasarkan hasil analisis deskriptif, dapat disarankan kepada PT Lucky Mom Indonesia selaku perusahaan yang menaungi Makuku *air diapers* di Indonesia terutama area Jawa Barat untuk dapat memaksimalkan strategi bauran pemasaran yang terdiri dari sub-variabel produk, harga, lokasi, dan promosi untuk memperluas pemasaran dan meningkatkan penjualan Makuku *air diapers* terutama di wilayah penjualan Jawa Barat. Meskipun variabel bauran pemasaran sudah berada pada kategori sangat baik, namun terdapat indikator yang masih harus di tingkatkan yaitu faktor promosi, sedangkan faktor produk, harga, dan lokasi dapat terus dipertahankan dan dikontrol secara berkala agar terus mengalami peningkatan.
2. Bauran pemasaran dan kualitas pelayanan dari Makuku *air diapers* memiliki korelasi yang sangat baik, karena hal tersebut PT Lucky Mom Indonesia dapat terus meningkatkan faktor bauran pemasaran dan kualitas pelayanan secara bersamaan agar mampu memberikan citra yang baik dan

meningkatkan penjualan popok Makuku *air diapers* khususnya area Jawa Barat.

3. Kualitas pelayanan yang diberikan oleh promotor Makuku *air diapers* di area Jawa Barat menunjukkan kategori yang sangat baik berbanding lurus dengan keputusan pembelian konsumen yang berada dalam kategori sangat baik. Makuku *air diapers* dapat terus menjaga kualitas pelayanan dengan cara secara rutin melakukan training, kontrol dan evaluasi pada setiap karyawan terutama promotor Makuku *air diapers*.