

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1. Simpulan

Berdasarkan hasil analisis, maka penelitian mengenai Pengaruh Strategi Bauran Pemasaran Terhadap Minat Beli Konsumen Pada PT. Sinar Galesong Pratama Cabang Gorontalo, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Peningkatan minat beli konsumen melalui strategi marketing mix atau bauran pemasaran (Product, Price, Promotion, Place) pada PT. Sinar Galesong Pratama Cabang Gorontalo secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kinerja pegawainya.
2. Peningkatan minat beli konsumen melalui strategi produk/*product* yang diterapkan oleh PT. Sinar Galesong Pratama Cabang Gorontalo terlaksana dengan baik dan berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumennya. Kerena melalui suatu product perusahaan akan berhubungan konsumen atau pembeli. Dengan penawaran product yang bagus dan berkualitas secara rasional akan menimbulkan minat beli bagi konsumen bahkan bias dilakukan secara berulang-ulang.

Peningkatan minat beli konsumen melalui strategi Harga/*price* yang diterapkan PT. Sinar Galesong Pratama Cabang Gorontalo terlaksana dengan baik dan berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen. Harga adalah alat ukur konsumen dalam mengambil keputusan untuk membeli, maka harga harus disesuaikan dengan kualitas produk baik dari segi efisiensi maupun efektivitas kegunaan produk.

3. Peningkatan minat beli konsumen melalui strategi Promosi/*promotion* yang diterapkan PT. Sinar Galesong Pratama Cabang Gorontalo terlaksana dengan baik dan berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen. Promosi adalah alat yang digunakan perusahaan untuk

menarik perhatian konsumen melalui advertising atau periklanan dengan berbagai bentuknya dan tentunya dengan mengikuti perkembangan teknologi dan perkembangan produk-produk baru yang ditawarkan perusahaan.

4. Strategi berikutnya yang dilakukan PT. Sinar Galesong Pratama Cabang Gorontalo untuk meningkatkan minat beli konsumen adalah Tempat/Distribusi (*Place*). Strategi tempat yang diterapkan oleh PT. Sinar Galesong Pratama Cabang Gorontalo terlaksana dengan baik dan berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen. Penetapan tempat yang strategis sangat berpengaruh terhadap minat beli konsumen dengan asumsi tempat tersebut mudah untuk di datangi dan tentunya sudah memberikan fasilitas yang dibutuhkan saat melakukan transaksi jual beli antara perusahaan dengan konsumennya.

5.2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan, keterbatasan dan simpulan pada akhirnya peneliti merekomendasikan beberapa hal yang perlu dicermati pihak yang terkait dengan penelitian ini antara lain:

1. Bagi PT. Sinar Galesong Pratama Cabang Gorontalo yang melaksanakan strategi bauran pemasaran / *marketing mix* dalam rangka meningkatkan minat beli konsumen melalui program (Product, Price, Promotion, Place) diharapkan terus melaksanakan strategi tersebut dengan memperbaiki beberapa kekurangan antara lain: pelayanan yang kurang maksimal terhadap konsumen serta proses administrasi yang terlalu lama.

2. Bagi organisasi swasta atau perusahaan yang sejenis dapat mengadopsi strategi ini dalam rangka meningkatkan minat beli konsumen, terutama warga masyarakat gorontalo dan demi untuk membantu pembangunan provinsi gorontalo.
3. Diharapkan peneliti selanjutnya dapat mengembangkan hasil penelitian ini dengan menambahkan beberapa variabel yang lain.