

V. KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai pengaruh bauran pemasaran terhadap proses keputusan pembelian *Handphone* Nexian di Bandar Lampung, maka dapat diperoleh beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Secara parsial maupun simultan ada pengaruh yang signifikan positif antara produk, harga, distribusi dan promosi terhadap proses keputusan pembelian *handphone* Nexian di Bandar Lampung. Variabel promosi memiliki persentase sebesar 45%, Variabel distribusi memiliki persentase sebesar 26%, Variabel harga memiliki persentase sebesar 22,8%, dan variabel produk memiliki persentase sebesar 16,6%.
2. Mengenai variabel produk memiliki kemasan yang kurang begitu menarik. Hal ini terlihat dari hasil responden yang menjawab netral sebesar 22%. Untuk variabel distribusi terdapat kekurangan yaitu minimnya gerai Nexian di Bandar Lampung sehingga kurang memungkinkan masyarakat di luar Kota Bandar Lampung untuk mendapatkan *Handphone* tersebut. Hal ini terlihat dari hasil responden yang menjawab netral sebesar 34%. Untuk variabel harga *Handphone* Nexian telah mampu bersaing dengan produk BlackBerry tiruan yang sejenis. Untuk variabel proses keputusan pembelian terdapat hasil jawaban netral sebesar 32%, hal ini disebabkan maraknya type BlackBerry tiruan, sehingga membuat responden memiliki banyak pilihan merek selain *Handphone* Nexian.

3. Variabel promosi memberikan sumbangan yang paling besar pada proses keputusan pembelian. Dalam melakukan proses keputusan pembelian, konsumen banyak mempertimbangkan promo yang menarik seperti bonus pulsa gratis, tampilan iklan yang menarik serta keeksisan produk tersebut di berbagai media baik cetak maupun elektronik.

B. Saran

Dari kesimpulan hasil penelitian diatas maka disarankan

1. Mengenai produk dan harga perusahaan hendaknya menyesuaikan harga dengan kemasan yang menarik, kualitas produk, kelengkapan produk, dan jaminan sehingga diharapkan konsumen puas dengan produk yang dikonsumsinya.
2. Mengenai distribusi hendaknya disediakan fasilitas-fasilitas yang mendukung dalam kelancaran konsumen dalam berbelanja seperti ATM, *Credit Card* dan layanan belanja via internet.
3. Kegiatan promosi *Handphone Nexian* telah mampu menarik perhatian konsumen, hendaknya tetap dipertahankan dan berusaha meningkatkan frekuensi penayangannya di media massa agar semakin dekat dengan calon konsumennya terutama untuk produk-produk yang baru diluncurkan di pasar.