

V. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan uraian dan analisis dari hasil pembahasan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa “Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Creative Network International* di Bandar Lampung” mempunyai pengaruh yang signifikan. Ada beberapa hal yang menjadi perhatian, yaitu:

1. Berdasarkan hasil analisis deskriptif, dapat dilihat bahwa variabel dari Bauran Pemasaran (X) seperti produk (X1), harga (X2), promosi (X3), saluran distribusi (X4), sumber daya manusia (X5), proses (X6), dan prasarana fisik (X7) memiliki kinerja yang berbeda. Produk memberikan bobot nilai sebesar 3609 (60,15%), harga 3612 (60,2%), promosi 3471 (57,85), saluran distribusi 2404 (40,07%), sumber daya manusia 2440 (40,52%), proses 2415 (32,25%) dan prasarana fisik 2396 (39,94%). Sehingga dapat diketahui bahwa kontribusi yang paling besar diberikan oleh variabel harga dengan nilai 3612 (60,2%), dan yang terendah adalah variabel proses dengan nilai 2415 (32,25%).
2. Berdasarkan hasil kuantitatif yaitu dengan menggunakan perhitungan SEM (*Structural Equation Modelling*). Masing-masing variabel

memberikan kontribusi yang berbeda. Produk memberikan nilai sebesar 0,71, harga 0,91, promosi sebesar 0,95, saluran distribusi sebesar 0,96, sumber daya manusia sebesar 0,88, proses sebesar 32,25 dan prasarana fisik sebesar 0,71. Sehingga dapat diketahui bahwa saluran distribusi memiliki pengaruh yang lebih besar dibandingkan dengan variabel lainnya dengan nilai sebesar 0,96 dan variabel yang memiliki pengaruh terendah adalah produk dan prasarana fisik dengan nilai 0,71.

3. Penilaian kualitas model penelitian yang diajukan cukup baik. Hal tersebut dapat dilihat dari uji kecocokan model yang dihasilkan yaitu nilai X^2 (chi-kuadrat) sebesar 44,38 dengan df (*degrees of freedom*) sebesar 45 dan *probability* sebesar 0,000, GFI (*Goodness of Fit Index*) sebesar 0,99 hal tersebut baik karena $\geq 0,90$ dan AGFI (*Adjusted Goodness of Fit Index*) sebesar 0,98 hal tersebut baik karena $\geq 0,90$.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan yang didapat dari perhitungan untuk mengetahui besarnya pengaruh antar variabel, beberapa saran yang diajukan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil deskriptif kinerja dari masing-masing variabel berbeda. Dari kinerja tersebut yang memiliki kinerja terendah adalah variabel sumber daya manusia dengan bobot nilai sebesar 2440 (40,52%), variabel prasarana fisik dengan bobot nilai sebesar 2396 (39,94%) dan variabel proses dengan bobot nilai sebesar 2415 (32,25%). CNI dalam meningkatkan kinerja dari sumber daya manusia sebaiknya menambah

karyawan dan memberikan pelatihan untuk karyawan itu sendiri agar karyawan dapat memberikan layanan yang lebih memuaskan konsumen.

CNI dalam meningkatkan kinerja dari variabel prasarana fisik sebaiknya CNI *Distribution Center Chain Store* Bandar Lampung meningkatkan fasilitas parkir dengan memperluas lahan parkir.

CNI dalam meningkatkan kinerja dari proses perusahaan sebaiknya perusahaan memberikan kebijakan konsumen dengan memberikan alternatif lain dalam melakukan pembayaran seperti pembayaran secara berkala sehingga dapat menarik konsumen untuk membeli lebih banyak produk.

2. Berdasarkan hasil penelitian dengan menggunakan metode penelitian SEM diketahui bahwa variabel produk dan prasarana fisik memiliki pengaruh yang lebih kecil dibandingkan dengan variabel lainnya yaitu sebesar 0,71. Untuk itu, baiknya CNI meningkatkan variasi dari produknya dan mendesain kembali kemasan produk sehingga konsumen lebih tertarik untuk membelinya.

CNI *Distribution Center Chain Store* Bandar Lampung sebaiknya meningkatkan kenyamanan di *Distribution Center Chain Store* dengan menambah kursi untuk konsumen menunggu untuk melakukan pembelian dikarenakan minimnya kursi untuk konsumen.