V. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan maka dapat disimpulkan bahwa bauran pemasaran berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Semen Baturaja (Persero) di Bandar Lampung. Hal ini didasarkan pada:

1. Bauran pemasaran PT Semen Baturaja (Persero) yang meliputi produk, harga, distribusi dan promosi berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai pengaruh (r^2) sebesar 66,2%. Artinya apabila produk, harga, distribusi dan promosi PT Semen Baturaja (Persero) mengalami peningkatan maka kepuasan pelanggan juga akan mengalami peningkatan.
2. Pengujian hipotesis secara simultan pada taraf signifikan 95% menunjukkan bahwa $F_{hitung} > F_{Tabel}$ dengan perbandingan 31.296 > 2.53, artinya pengaruh bauran pemasaran PT. Semen Baturaja (Persero) yang terdiri dari produk, harga, distribusi dan promosi terhadap kepuasan pelanggan adalah signifikan.
3. Hasil pengujian hipotesis secara parsial dengan uji t pada tingkat kepercayaan 95% menunjukan bahwa :
   a. t_{hitung} X_1 (Produk) 6.932 > t_{tabel} 1.676 yang berarti Ho ditolak dan Ha diterima. Hal ini berarti produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan PT Semen Baturaja (Persero)

b. t_{hitung} X_2 (Harga) 4.266> t_{tabel} 1.676 yang berarti Ho ditolak dan Ha diterima. Hal ini berarti harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan PT Semen Baturaja (Persero)

c. t_{hitung} X_3 (Distribusi) 5.826> > t_{tabel} 1.676 yang berarti Ho ditolak dan Ha diterima. Hal ini berarti distribusi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan PT Semen Baturaja (Persero) .

d. t_{hitung} X_4 (Promosi) 4.478> > t_{tabel} 1.676 yang berarti Ho ditolak dan Ha diterima. Hal ini berarti promosi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan PT Semen Baturaja (Persero) .

Dari hasil tersebut dapat dilihat bahwa Produk sebagai Bauran Pemasaran adalah bauran yang paling berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, dengan t_{hitung} sebesar 6.932 lebih besar dari pada t_{hitung} harga, distribusi dan promosi.

5.2 Saran

Saran dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Melihat hasil Uji Regresi Linier Berganda, bauran pemasaran produk, harga, distribusi dan promosi berperan dalam mempengaruhi keputusan pembelian secara keseluruhan sebesar 66.2%. Sebaiknya PT Semen Baturaja (Persero) dapat mempertahankan keempat bauran pemasaran tersebut yaitu produk, harga, distribusi dan promosi.
2. Bauran pemasaran pada harga, PT Semen Baturaja (Persero) sebaiknya sangat memperhatikan dalam menetapkan harga, karena dalam penelitian ini harga merupakan bauran pemasaran yang memiliki pengaruh paling kecil terhadap kepuasan pelanggan. PT Semen Baturaja (Persero) hendaknya bisa melakukan

survey harga kepada pelanggan di Bandar Lampung agar dapat mengetahui apakah harga saat ini dapat bersaing terhadap kompetitor-kompetitor yang ada dan memiliki daya beli konsumen yang tepat, sehingga nantinya akan dapat lebih meningkatkan kepuasan pelanggan PT Semen Baturaja (Persero). Salah satu kebijakan yang dapat di ambil oleh PT Semen Baturaja (Persero) adalah dengan menstabilkan harga Semen PT Semen Baturaja (persero) sama dengan harga semen-semen pesaingnya ataupun dengan kebijakan menurunkan harga dengan tujuan meningkatkan kepuasan pelanggan untuk mencapai target penjualan yang diinginkan.

3. Pada produk, dalam penelitian ini bauran produk merupakan bauran yang paling berpengaruh di antara harga, distribusi dan promosi terhadap kepuasan pelanggan. Sebaiknya PT Semen Baturaja (Persero) dapat mempertahankan dan meningkatkan kualitas serta mutu produk, mengingat saat ini semakin banyaknya kompetitor-kompetitor yang melakukan inovasi-inovasi dalam upaya peningkatan mutu dan kualitas produk mereka.