

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan pada uraian bab sebelumnya maka dapat disimpulkan sebagai berikut ini:

1. Penelitian yang dilakukan dengan judul “Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Kepuasan Konsumen *Smartphone* Smartfren (Studi Empiris Pada Galeri Smartfren di Kota Madiun).
 - a. Bauran Pemasaran yang terdiri dari produk, harga, promosi dan distribusi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.
 - b. Produk berpengaruh signifikan positif terhadap kepuasan konsumen.
 - c. Harga tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.
 - d. Promosi berpengaruh signifikan positif terhadap kepuasan konsumen.
 - e. Distribusi berpengaruh signifikan positif terhadap kepuasan konsumen.
2. Variabel dalam penelitian ini yang terdiri dari produk, harga, promosi dan distribusi mempengaruhi sebesar 43,1% dari kepuasan konsumen yang dilakukan oleh pembeli *smartphone* smartfren, sedangkan sisanya dipengaruhi variabel lainnya yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

B. Implikasi Manajerial

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka implikasi manajerial

yang dapat diterapkan pengelola pada pada Galeri Smartfren Madiun sebagai berikut:

1. Variabel bauran pemasaran yang terdiri dari produk, harga, promosi dan distribusi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini menunjukkan bahwa kombinasi komponen bauran pemasaran yang baik dan saling melengkapi dapat meningkatkan kepuasan konsumen, karena masing-masing bauran pemasaran mempunyai peran yang berbeda dalam memasarkan *smartphone* Smartfren.
2. Variabel produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini menunjukkan bahwa produk yang dimiliki smartfren dapat mempengaruhi kepuasan konsumen disebabkan oleh keragaman produk, kualitas, merek dan pelayanan yang dapat mempengaruhi konsumen dalam pembelian produk Smartfren. Produk yang ditawarkan tersebut berupa spesifikasi dan tipe bervariasi, kualitas yang baik, pelayanan pasca pembelian.
3. Variabel harga tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen belum mengetahui daftar harga yang disediakan maka perlu disediakan ditempat yang konsumen mudah untuk memperoleh, tetap memberikan diskon serta potongan harga yang lebih menarik.
4. Variabel promosi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa promosi yang dilakukan oleh Smartfen dapat

melalui iklan, tenaga penjualan, gerai yang tersedia sudah sesuai sehingga dapat mempengaruhi kepuasan konsumen.

5. Variabel distribusi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa saluran distribusi yang dilakukan oleh Smartfren mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian dan letak *service center* dan galeri yang strategis membuat konsumen semakin mudah untuk mendapatkan produk smartfren.

C. Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini masih mempunyai beberapa keterbatasan diantaranya sebagai berikut:

1. Kajian teori, responden dan teknik sampling yang digunakan masih relatif terbatas.
2. Sampel yang digunakan pada penelitian ini terbatas pada galeri smartfren Madiun.

D. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka peneliti memberikan saran sebagai berikut:

1. Bagi pengelola perusahaan Smartfren
 - a. Diharapkan dapat menjadi masukan pada produsen dan galeri smartfren di terkait strategi bauran pemasaran dalam pengaruhnya kepuasan konsumen agar lebih diefektifkan.

- b. Perusahaan dapat mengetahui seberapa besar pengaruh bauran pemasaran terhadap keputusan pembelian oleh konsumen Smartfreen di Kota Madiun.

2. Bagi penelitian selanjutnya

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, diketahui bahwa nilai R^2 sebesar 43,1 % berarti masih tersisa 56,9% variable yang mempengaruhi kepuasan konsumen, maka peneliti memberikan saran yaitu pada penelitian selanjutnya agar menambah beberapa variable seperti orang, proses dan bukti fisik. Selain itu, peneliti selanjutnya dapat melakukan pengujian empiris dengan obyek penelitian yang berbeda. Hal ini tentunya dapat mempengaruhi variable kepuasan konsumen agar dapat menghasilkan gambaran yang lebih luas tentang penelitian yang sedang diteliti, dan juga peneliti selanjutnya dapat menambah lokasi penelitian agar data diperoleh lebih beragam sehingga hasil penelitian yang diperoleh dapat lebih baik.

DAFTAR PUSTAKA

Abbas, Firdayanti. 2015. Pengaruh *Marketing Mix* Terhadap Kepuasan Konsumen (Pada *Home Industri* Moshimoshi Cake Samarinda). *Ejurnal Administrasi Bisnis*, 2015, Diunduh dari <http://ejurnal.adbisnis.fisip-unmul.ac.id>

Augusty, Ferdinand. 2006. *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Diponegoro.

Cahyani, Hesti Indra. 2014. Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Mahasiswa Pengguna Blackberry Di Unika Widya Mandala Madiun). Skripsi Program Sarjana (S1) Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Widya Mandala Madiun.

Fathimah, Fida. 2013. Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Kepuasan Konsumen Air Mineral ASA di Samarinda. *Ejurnal Ilmu Administrasi Bisnis Vol.1 No.4 2013*

Ghozali, Imam. 2006. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan SPSS*. Cetakan Keempat. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro

Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2012. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1. Jakarta: Erlangga

Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2007. *Manajemen Pemasaran Edisi 12 Jilid 1*. Jakarta: Indeks- Prentice Hall.

Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen pemasaran Edisi 12 Jilid 1*. Jakarta: Indeks.

_____ *Manajemen pemasaran Edisi 12 Jilid 2* . Jakarta: Indeks.

_____ *Manajemen pemasaran Edisi 13 Jilid 1*. Jakarta: Erlangga

Laksana Fajar, (2008) *Manajemen Pemasaran, Edisi Pertama*, Yogyakarta; Graha Ilmu

- Hermawan, Haris. 2015. "Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Terhadap, Kepuasan dan Loyalitas Konsumen Dalam Pembelian Roti Ceria di Jember". *Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia Vol. 1 No.2 Desember 2015*
- Mevita, Afrida Shela dan Heru Suprihadi. 2013. "Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Kepuasan Konsumen". *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen Vol.2 No.9 2013*
- Pupuani, Ni Wayan dan Eka Sulistyawati. 2013." Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Kepuasan Konsumen dan Perilaku Pembelian Ulang (Studi Kasus pada Produk Pasta Gigi Merek Pepsoden di Kota Denpasar).
- Riana, Dwi Erliana. 2017. Pengaruh Strategi Bauran Pemasaran Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Niat Pembelian Ulang Produk Smartphone Samsung di Surabaya. Diunduh dari <http://eprints.perbanas.ac.id>.
- Sugiyono.2004. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: CV. Alfabeta
- Sutanza, Bangkit. 2013. Analisis Pengaruh *Brand Reputation, Brand Predictability, Brand Competence* Dan *Brand Liking* Terhadap *Brand Loyalty* Kendaraan Niaga Merk Mitsubishi. Skripsi Program Sarjana (S1) Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro
- Surachman A S. 2008. *Dasar-Dasar Manajemen Merek*. Malang: Bayumedia Publishing.
- Swasta dan Irwan, 2008. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty
- Swastha, Basu., D.H & Irawan. *Manajemen Pemasaran Modern*. Edisi Kedua Cetakan Keempat. Yogyakarta: Liberty, 2000.
- Tjiptono, Fandi. Strategi Pemasaran. Edisi II. Yogyakarta: ANDI, 2004.
- Tjiptono, Fandi. Strategi Pemasaran. Edisi III. Yogyakarta: ANDI, 2008.
- Umar, Husein. 2005. *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama

Wahyudi, Tri dan Yopa Eka Prawatya. 2012. “Analisis Pengaruh Marketing mix Terhadap Kepuasan Konsumen Sepeda Motor. *Jurnal ELKHA* Vol.4 No.2 Oktober 2012

Z, Irsad. 2010. “Analisis Marketing Mix (*product, price, promotion* dan *place*) yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Pengguna Operator ESIA (Studi Kasus Pada Masyarakat Ciputat Timur)”. Skripsi. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.

[https://www.facebook.com/pages/Galeri-Smartfren-JI-Soekarno-Hatta-](https://www.facebook.com/pages/Galeri-Smartfren-JI-Soekarno-Hatta-Madiunjawa-Timur/334087759985307)

[Madiunjawa-Timur/334087759985307](https://www.facebook.com/pages/Galeri-Smartfren-JI-Soekarno-Hatta-Madiunjawa-Timur/334087759985307) (26 April 2016)

<http://harianti.com/smartfren-andromax-ponsel-terlaris-kedua-setelah-samsung-di-indonesia-kalahkan-blackberry/>(14 Juli 2016)

[http://library.binus.ac.id/eColls/eThesisdoc/Bab2DOC/2012-2-00286-](http://library.binus.ac.id/eColls/eThesisdoc/Bab2DOC/2012-2-00286-MN%20Bab2001.doc)

[MN%20Bab2001.doc](http://library.binus.ac.id/eColls/eThesisdoc/Bab2DOC/2012-2-00286-MN%20Bab2001.doc) (19 Juli 2016)