

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil analisis yang dikemukakan pada bab selanjutnya, maka dapat ditarik beberapa simpulan dan saran untuk menjawab permasalahan dalam penelitian ini yaitu, mengenai pengaruh bauran pemasaran usaha kecil dan menengah cenderamata terhadap keputusan pembelian cenderamata pada saat Sea Games di Palembang, maka simpulan yang dapat diambil adalah sebagai berikut:

A. Simpulan

Penelitian ini dilakukan karena keingintahuan mengenai pengaruh bauran pemasaran UKM cenderamata terhadap keputusan pembelian konsumen pada saat SEA Games di Palembang.

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan penelitian ini maka dapat disimpulkan:

1. Pada penelitian ini, dari ke empat variabel yang terdapat di dalam bauran pemasaran yaitu variabel produk, variabel harga, variabel promosi, dan variabel tempat, hanya satu variabel yang mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan ketika ingin membeli cenderamata pada saat Sea Games di Palembang yaitu variabel tempat dimana variabel ini mempunyai nilai signifikansi $< 0,05$ yaitu 0,000. Ini berarti lokasi penjualan cenderamata ini

mudah dijangkau oleh konsumen baik menggunakan kendaraan pribadi maupun kendaraan umum. Hal ini terbukti dengan konsumen yang membeli cenderamata tidak hanya berasal dari kota Palembang saja, tetapi juga dari luar kota Palembang, bahkan dari luar Pulau Sumatra.

2. Variabel yang terdapat dalam bauran pemasaran yaitu variabel produk (X_1), variabel harga (X_2), variabel promosi (X_3), dan variabel tempat (X_4) dapat menjelaskan variabel keputusan pembelian yaitu sebesar 40,3% (lihat Tabel 4. 25) sedangkan sisanya sebesar 59,7% lagi dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.
3. Sedangkan variabel produk, variabel harga, dan variabel promosi tidak mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen. Sehingga variabel produk, variabel harga, dan variabel promosi tidak menjadi variabel yang penting untuk dipertimbangkan dalam keputusan pembelian cenderamata pada saat Sea Games di Palembang.

B. Saran

Sesuai dengan simpulan yang ada, maka saran yang dapat diberikan adalah:

1. Tetap mempertahankan kualitas dari masing-masing produk cenderamata sehingga konsumen pun tidak sia-sia mengeluarkan biaya yang cukup tinggi dalam membeli produk cenderamata yang ditawarkan. Karena kita tahu bahwa saat ini di Palembang sudah banyak masyarakat yang mampu menciptakan cenderamata sesuai dengan kemampuan dan kreatifitas mereka. Namun hal ini tidak menjamin bagi mereka untuk bisa berkembang jika kualitas dari produk mereka tidak bisa mereka pertahankan. Untuk itu diharapkan kualitas produk juga dapat memberikan yang terbaik kepada konsumen sehingga konsumen merasa puas terhadap produk cenderamata.
2. Variabel produk, variabel harga, dan variabel promosi memang tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen. Maka dari itu, walaupun ketiga variabel ini tidak mempengaruhi keputusan pembelian, hal ini jangan diabaikan oleh para penjual cenderamata karena ketiga faktor ini juga memberikan kontribusi yang baik bagi para konsumen untuk membeli produk cenderamata yang ditawarkan.

3. Variabel tempat merupakan variabel yang dipilih responden sebagai pertimbangan utama dalam mengambil keputusan untuk membeli cenderamata pada saat Sea Games di Palembang. Maka dari itu, UKM harus mampu mempertahankan lokasi penjualan yang baik, nyaman, dan bersih. Karena kota Palembang merupakan kota BARI yaitu Bersih, Aman, Rapi, dan Indah. Maka dalam hal ini UKM harus mampu menjaga kebersihannya sehingga para pendatang dari luar kota Palembang dapat memperoleh kesan yang baik sewaktu mengunjungi kota Palembang.