

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan

Dari uraian dan pembahasan di atas pada bab-bab sebelumnya mengenai Analisis faktor-faktor pengaruh bauran pemasaran terhadap keputusan konsumen dalam membeli TV LCD merek LG dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut:

1. Produk berpengaruh terhadap keputusan konsumen dalam membeli TV LCD merek LG, karena tampilan layarnya yang lebar dan jernih, sehingga ini menjadi salah satu daya tarik konsumen untuk membeli TV LCD LG.
2. Harga berpengaruh terhadap keputusan konsumen dalam membeli TV LCD merek LG, karena konsumen akan membandingkan harga TV LCD lainnya sebelum membeli TV LCD LG, hal ini dapat diartikan bahwa harga menjadi persaingan dalam penjualan TV LCD LG.
3. Distribusi berpengaruh terhadap keputusan konsumen dalam membeli TV LCD merek LG, karena setiap toko elektronik menjual produk TV LCD LG, hal ini dapat diartikan jika dilihat dari segi distribusinya TV LCD LG hampir menjangkau seluruh toko elektronik di kota Palembang.
4. Promosi berpengaruh terhadap keputusan konsumen dalam membeli TV LCD merek LG, karena iklan TV LCD LG di brosur memberikan informasi yang cukup lengkap kepada konsumen untuk membeli TV LCD LG, hal ini dapat diartikan brosur TV LCD LG cukup memberikan informasi yang jelas kepada konsumen mengenai bentuk dan jenis TV yang disukai, keunggulan produknya, garansi dan juga harganya.

B. Saran

1. Promosi merupakan faktor yang paling mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli TV LCD merek LG di kota Palembang, oleh karena itu pihak manajemen pemasaran TV LCD LG harus lebih meningkatkan promosi seperti mengadakan pameran atau membagikan brosur agar konsumen mendapatkan informasi yang cukup jelas mengenai produk TV LCD LG, sehingga dapat meningkatkan keputusan pembelian konsumen.
2. Bagi peneliti selanjutnya yang akan meneliti mengenai pengaruh bauran pemasaran terhadap keputusan pembelian agar dapat menambah variabel-variabel lain seperti ekonomi, politik, teknologi dan budaya guna memberikan hasil penelitian yang lebih tepat dengan jumlah variabel yang memang mempengaruhi pembelian.