

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan berikut ini disampaikan pengaruh Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*) Terhadap Loyalitas Konsumen Produk Kosmetik Temulawak di Area Bogor, maka peneliti dapat menyimpulkan sebagai berikut :

1. Bauran pemasaran yang terdiri dari produk, harga, promosi, tempat, orang, proses serta lingkungan fisik, ada yang memberikan pengaruh positif dan negatif terhadap loyalitas konsumen produk kosmetik Temulawak di area Bogor, yang diketahui dari persamaan regresi linear berganda $Y = 12,320 + 0,335 + (- 0,092) + 0,565 + 0, 077 + 0,169 + (- 0,289) + 0,131$. Kemudian koefisien determinasi (R^2) diperoleh angka sebesar 38.4% sedangkan sisanya yakni sebesar (100% - 38.4% = 61.6%) dapat dipengaruhi oleh variabel-variabel yang tidak diteliti dalam penelitian ini.
2. Uji t atau uji secara parsial untuk variabel produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen, variabel harga secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen, variabel promosi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen, variabel tempat secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen, variabel orang

secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen, variabel proses secara parsial berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen, dan variabel lingkungan fisik secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen.

3. Secara simultan atau bersama sama untuk variabel produk, harga, promosi, tempat, orang, proses serta lingkungan fisik berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen produk kosmetik Temulawak di area Bogor.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang digunakan sebelumnya, maka saran dan pembahasan yang dapat diberikan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Saran untuk Perusahaan

Berdasarkan hasil penelitian ini, beberapa saran yang dapat peneliti sampaikan bagi manajemen PT. Usaha Sukses Bersama masih ada beberapa variabel seperti variabel produk dan promosi yang memiliki pengaruh signifikan dan positif terhadap loyalitas konsumen produk kosmetik Temulawak diharapkan untuk semakin meningkatkan kualitas dari produk itu sendiri dan lebih memperbanyak promosi dalam untuk mempertahankan loyalitas konsumen produk kosmetik Temulawak Bogor. Sedangkan untuk variabel proses memiliki pengaruh negatif yang signifikan artinya variabel proses dalam bauran pemasaran produk kosmetik Temulawak

di area Bogor belum berjalan dengan baik yang disebabkan karena dalam faktor proses distribusi dirasa masih kurang merata karena terhambat armada pengiriman yang masih minim dalam menjangkau seluruh konsumen produk kosmetik Temulawak di area Bogor sehingga diharapkan manajemen untuk bisa lebih meningkatkan kembali armada pengiriman agar produk dapat terdistribusi dengan baik kepada konsumen produk kosmetik Temulawak di area Bogor. Kemudian, untuk variabel harga, tempat, orang serta lingkungan fisik yang tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen produk kosmetik Temulawak, sebaiknya manajemen perusahaan berupaya untuk meningkatkan nilai variabel harga, tempat, orang serta lingkungan fisik sehingga loyalitas konsumen dapat diraih dengan hasil *maximal*.

2. Saran Untuk Peneliti Berikutnya

Perlunya dilakukan penelitian lanjutan, bagi para peneliti yang tertarik meneliti variabel-variabel lainnya yang belum diteliti dalam penelitian ini untuk melakukan penelitian sejenis. Karena dengan meneliti variabel lain tersebut akan membantu perusahaan meningkatkan loyalitas konsumen dan membuat perusahaan menonjol dari perusahaan yang lain karena konsumen merasakan tingkat kepuasan yang berbeda.