

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah diuraikan pada bab sebelumnya, maka penulis menarik beberapa kesimpulan atas hasil analisis tersebut yaitu sebagai berikut:

1. Strategi bauran pemasaran yang telah digunakan oleh perusahaan UD. Karunia Blitar adalah strategi produk, strategi harga, promosi dan strategi pemasaran/distribusi.
2. Dari hasil analisis regresi yang telah dilakukan nampak bahwa variabel dari strategi bauran pemasaran (produk, harga, promosi dan saluran pemasaran) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap peningkatan penjualan sambel pecel UD. Karunia Blitar.
3. Dari hasil olah data persamaan regresi antara variabel dari strategi bauran pemasaran, maka variabel yang paling dominan berpengaruh terhadap peningkatan penjualan adalah variabel produk, hal ini dikarenakan untuk variabel produk mempunyai nilai regresi yang terbesar jika dibandingkan dengan variabel lainnya.

B. Saran

Dari hasil kesimpulan yang telah diuraikan, maka adapun saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut:

1. Untuk meningkatkan penjualan pada masa yang akan datang, pimpinan UD. Karunia Blitar perlu meninjau kembali kebijakan-kebijakan yang telah ditetapkan dengan menerapkan konsep marketing mix dan mengambil langkah-langkah sebagai berikut:
 - a. Mempertahankan dan meningkatkan mutu dan kualitas produk
 - b. Menjalankan kegiatan promosi yang intensif
 - c. Memanfaatkan wilayah pemasaran yang ada untuk menjual agar konsumen mudah untuk mendapatkan produk tersebut.
2. Memonitor perkembangan perusahaan pesaing melalui informasi pemasaran yang akurat dan kontinyu, agar setiap langkah yang diambil oleh pesaing dapat ditanggapi dengan tindakan preventif oleh perusahaan.
3. Untuk penelitian selanjutnya, disarankan agar memasukkan variabel lain selain produk dan harga misalnya saja promosi, komunikasi dan sumber daya manusia agar hasilnya lebih maksimal.