

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

A Kesimpulan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

Kesimpulan yang dapat diperoleh dari hasil pengolahan data Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Kepuasan Pelanggan diuraikan sebagai berikut;

1. Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan . Hal ini menunjukkan semakin bagus dan berkesan suatu produk, maka kepuasan pelanggan terhadap suatu produk juga semakin besar.
2. Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini menunjukkan tinggi atau rendahnya harga, dan perubahan harga dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan pada suatu produk.
3. Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini menunjukkan sesering diadakn event akan mempengaruhi kepuasan pelanggan secara langsung.
4. Tempat berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini menunjukkan mudahnya suatu produk untuk dijangkau akan mempengaruhi kepuasan pelanggan pada suatu produk.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.





B. Saran

Ⓒ Berdasarkan kesimpulan serta pembahasan dari hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat diberikan saran sebagai berikut:

1. Bagi Coca-Cola

Dari hasil penelitian, diketahui bahwa produk, harga, promosi, dan tempat Coca-Cola berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, maka diharapkan Coca-Cola selalu memperhatikan, meningkatkan, dan mengembangkan kualitas produk yang ditawarkan kepada pelanggan agar kepuasan terhadap produk Coca-Cola semakin tinggi. Demikian juga dengan promosi, diharapkan lebih aktif / memperbanyak event yang bias mendekatkan diri lebih dekat dengan pelanggan.

2. Bagi Penelitian Selanjutnya

Penelitian yang akan datang diharapkan dapat dilakukan dengan lebih kompleks dan lebih baik lagi. Penelitian selanjutnya juga dapat dikembangkan dengan menambah variable lain baik variable *intervening*, variable *independent*, maupun variable *dependent*, seperti Word of Mouth, Loyalitas Pelanggan, Brand Ambassador, dan lain-lain sebagainya sehingga dapat menghasilkan fakta baru yang bias dipelajari oleh banyak orang.

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.