

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan terhadap 100 responden yang ada di apotek Haliza Farma I Banjarbaru untuk melihat pengaruh dari bauran pemasaran terhadap minat beli konsumen yang datang, dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Bauran pemasaran baik itu Produk, Harga, Tempat, Promosi, Personel, Proses dan Bukti fisik secara mandiri dan bersama-sama berpengaruh terhadap minat beli konsumen.
2. Bauran pemasaran yang paling berpengaruh terhadap minat beli konsumen di apotek Haliza Farma I Banjarbaru adalah Harga.
3. Besar pengaruh bauran pemasaran terhadap minat beli konsumen di apotek Haliza Farma I Banjarbaru yaitu 47,1 %.

5.2 Saran

Berdasarkan penelitian yang dilakukan, maka dapat disarankan sebagai berikut:

1. Semua Bauran Pemasaran perlu ditingkatkan agar minat beli konsumen juga meningkat.
2. Bauran pemasaran yang sangat berpengaruh adalah harga, maka saran dari peneliti adalah harga perlu tindakan untuk memberikan harga lebih murah kepada konsumen di bandingkan apotek lain.
3. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat melakukan perluasan variabel penelitian agar nantinya diperoleh informasi tambahan untuk melengkapi faktor- faktor yang mempengaruhi minat beli konsumen.