

BAB V PENUTUP

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti terhadap UD. Usman Material Lumajang, sebagai objek penelitian. Maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Ada pengaruh signifikan secara silmutan menunjukkan bahwa Marketing Mix (4P) berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk batako pada UD. Usman Material Lumajang.
2. Ada pengaruh signifikan secara parsial menunjukkan bahwa Marketing Mix (4P) berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk batako pada UD. Usman Material Lumajang.
3. Uji dominan menunjukkan bahwa produk yang mempunyai pengaruh dominan terhadap keputusan pembelian produk batako pada UD. Usman Material Lumajang.

5.2 Saran

Secara keseluruhan UD. Usman Material Luamajang memberikan pengaruh terhadap keputusan pembelian, namun masih perlu meningkatkan dalam hal :

1. Ukuran produk diperbesar, dengan ukuran semula 36 x 18 x 8 cm menjadi 40 x 20 x 10 cm.

2. Konsumen/pembeli mendapatkan kesesuaian harga, apabila membeli batako dalam jumlah banyak. Dengan jumlah per kubik mendapatkan potongan harga sebesar 10% dari harga Rp 2.000/batako.
3. Memudahkan konsumen menemukan lokasi dengan membuat papan nama UD. Usman Material Lumajang lebih besar, yang semula terbuat dari banner menjadi papan nama reklame.
4. Tampilan iklan di diperbanyak agar konsumen mudah mengetahui produk batako UD. Usman Material Lumajang dengan cara mempromosikan produk batako melalui media sosial, media elektronik dan media cetak.
5. Fasilitas pengiriman produk batako diperbanyak, yang semula menggunakan tassa ditambah dengan *pick up* dan *truck*, sehingga pengiriman lebih mudah.