

BAB IV

KESIMPULAN DAN SARAN

4.1 Kesimpulan

Dari analisis dan pembahasan masalah yang telah dikemukakan pada bab-bab sebelumnya, maka penulis dapat menyimpulkan bahwa kebijakan bauran pemasaran PT.Vycaris Cosmetics untuk variabel produk, harga dan saluran distribusi telah memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen shampoo Vycaris. Untuk variabel promosi yang dilakukan juga telah mengenai sasaran, hal tersebut dapat dilihat dari pernyataan konsumen terhadap:

1. Variabel Produk

Variabel produk sudah memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen sesuai dengan hasil analisis, yaitu $t \text{ hitung} \geq t\text{-tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

Ini berarti kebijakan bauran pemasaran untuk variabel produk yang dilakukan PT.Vycaris Cosmetics sudah memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen shampoo merek Vycaris.

2. Variabel Harga

Variabel harga sudah memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen sesuai dengan hasil analisis, yaitu $t \text{ hitung} \geq t\text{-tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Ini berarti kebijakan bauran pemasaran untuk variabel harga yang dilakukan oleh PT.Vycaris Cosmetics sudah memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen shampoo merek Vycaris.

3. Variabel Saluran Distribusi

Variabel saluran distribusi yang dilakukan PT.Vycaris Cosmetics sudah cukup efektif dan efisien. Hal ini dapat ditunjukkan berdasarkan hasil analisis dimana $t \text{ hitung} \geq t\text{-tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Ini berarti kebijakan bauran pemasaran untuk variabel saluran distribusi yang dilakukan perusahaan sudah memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen shampoo merek Vycaris. Hal ini karena pihak perusahaan selalu memantau para pengecernya (seperti toko-toko dan mini market) untuk memastikan bahwa produk shampoo Vycaris selalu tersedia dalam berbagai ukuran dan penyebarannya sudah banyak dan merata, sehingga memudahkan konsumen dalam memperoleh produk shampoo Vycaris tersebut.

4. Variabel promosi

Variabel promosi yang dilakukan perusahaan sudah mengenai sasaran, walaupun masih banyak kegiatan promosi yang jarang dilakukan. Berdasarkan hasil analisis dimana $t \text{ hitung} \geq t\text{-tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Ini berarti kebijakan bauran pemasaran untuk variabel saluran distribusi yang dilakukan perusahaan sudah memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen shampoo merek Vycaris. Hal ini karena perusahaan selalu memberikan discount pada pelanggan baru ataupun pelanggan yang telah ada.

4.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas, penulis dapat mengemukakan beberapa saran yang dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan bagi perusahaan dalam

pelaksanaan kebijakan bauran pemasaran guna memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen di kemudian hari.

Beberapa saran yang ingin penulis kemukakan adalah sebagai berikut:

1. Mengenai Produk

Untuk saat ini, walaupun produk shampoo merek Vycaris sudah baik kualitasnya bagi segmen pasar golongan ekonomi menengah ke bawah, tetapi perlu juga diadakan pengembangan produk agar perusahaan dapat mempertahankan konsumen yang telah ada dan bahkan dapat memasuki pangsa pasar yang baru. Misalnya:

- a. Berdasarkan hasil analisis ternyata masih ada responden yang menyatakan label mereknya kurang menarik sehingga untuk mengatasi keluhan tersebut perusahaan perlu menyempurnakan label mereknya, dengan menggunakan kata-kata dan gambar yang bisa menimbulkan image konsumen bahwa shampoo merek Vycaris benar-benar shampoo yang bisa membersihkan dan merawat rambut dengan baik, misalnya sekarang labelnya hanya ditulis shampoo jenis lidah buaya dengan merek Vycaris. Untuk yang akan datang sebaiknya diberi label tentang kegunaannya untuk masing-masing jenis shampoo dan diberi gambar seorang model dengan rambutnya yang indah dan sehat.
- b. Berdasarkan hasil analisis ternyata masih ada juga responden yang menyatakan bahwa produk shampoo Vycaris tidak tersedia dalam berbagai ukuran. Untuk mengatasi keluhan tersebut maka perusahaan perlu menambah ukuran produk yang selama ini hanya tersedia dalam 350ml, 108ml, 65ml. Tambahan ukuran produk shampoo ini sebaiknya berupa

kemasan dalam sachet 6ml. Kemasan dalam botol plastik ukuran 60ml dan 150 ml untuk mengisi gap yang ada. Jadi masih memungkinkan bagi produk shampoo Vycaris untuk memproduksinya guna memperluas pangsa pasar yang belum terpenuhi secara menyeluruh.

2. Mengenai Harga

Walaupun harga tidak menjadi masalah bagi konsumen akhir dalam melakukan pembelian, tetapi untuk mempertahankan bahkan meningkatkan penjualan maka perusahaan harus sangat berhati-hati dalam menaikkan harga karena juga memiliki pengaruh yang relatif besar terhadap volume penjualan. Strategi yang selama ini diterapkan dalam menaikkan harga dengan menunggu harga pesaing naik terlebih dahulu dapat dilanjutkan.

Hal ini berguna untuk tetap menjaga para pelanggan.potensial, agar selalu setia menggunakan shampooVycaris. Dan untuk menghindari agar para pelanggan potensial tersebut tidak sampai berpindah menggunakan merek lainnya, hanya karena faktor harga sebagai alasan utama.

3. Mengenai Saluran Distribusi

a. Walaupun saluran distribusi tidak menjadi masalah bagi konsumen akhir dalam melakukan pembelian, tetapi untuk meningkatkan volume penjualan maka perusahaan harus terus memantau pasar untuk mengetahui keinginan-keinginan konsumen, sehingga perusahaan dapat memberikan kepuasan pada konsumen akhir.

b. Berdasarkan hasil analisis ternyata $0,682 < 1,684$ dan responden berpendapat bahwa pengiriman produk shampoo Vycaris masih terlambat. Untuk mengatasi masalah ini sebaiknya perusahaan perlu menambah

salesmen yang ada saat ini, agar salesmen yang tidak masuk kerja bisa langsung ada penggantinya.

4. Mengenai Promosi

Agar perusahaan dapat mencapai target penjualan yang telah ditentukan, maka perusahaan perlu memperbaiki variabel promosi yang ada. Misalnya:

- a. Berdasarkan hasil analisis ternyata $0,516 < 1,684$ dan responden menyatakan promosinya kurang gencar. Untuk mengatasi hal tersebut perusahaan perlu menambah frekuensi kegiatan promosi sebagai contoh: menyiarkan iklan di radio-radio, penayangan iklan di majalah atau koran.
- b. Untuk saat ini yang diberi souvenir hanya para penjual shampoo Vycaris saja, sebaiknya perusahaan juga memberikan souvenir berupa kaos, kalender, atau gelas kepada konsumen akhir, agar konsumen akhir tidak beralih ke shampoo merek lain.
- c. Kebijakan promosi yang dilaksanakan perusahaan dengan cara pemberian discount selama ini, sebaiknya terus dijalankan agar perusahaan dapat meningkatkan volume penjualan.