

BAB V

KESIMPULAN DAN IMPLIKASI

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa :

1. Variabel Produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian berdasarkan penelitian yang dilakukan, peneliti melihat tersedianya obat manjur, banyaknya pilihan obat di apotek, mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.
2. Variabel Harga tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian berdasarkan penelitian yang dilakukan, peneliti melihat tidak berpengaruhnya harga, dikarenakan manfaat, khasiat obat, serta pelayanan mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.
3. Variabel Promosi tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian berdasarkan penelitian yang dilakukan, peneliti melihat tidak berpengaruhnya promosi dikarenakan adanya rekomendasi dokter, orang lain, kecerdasan konsumen dalam memilih obat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.
4. Variabel Lokasi tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian berdasarkan penelitian yang dilakukan, peneliti melihat tidak berpengaruhnya lokasi dikarenakan konsumen sudah langganan, kelengkapan obat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.
5. Variabel Orang tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian berdasarkan penelitian yang dilakukan, peneliti melihat tidak berpengaruhnya orang dikarenakan tidak semua pegawai mampu memahami keluhan konsumen dengan baik dan tidak cocoknya saran yang diberikan mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.
6. Variabel Proses tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian berdasarkan pengamatan yang dilakukan, peneliti melihat tidak berpengaruhnya proses dikarenakan tatacara penggunaan obat, kecermatan dan ketelitian mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.

7. Variabel Bukti Fisik berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian berdasarkan penelitian, yang dilakukan peneliti melihat sebagian besar apotek telah dilengkapi dengan ruang yang nyaman, tersedia ruang tunggu dan parkir mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.

B. Implikasi

Berdasarkan hasil analisis terhadap strategi bauran pemasaran 7P yang berimplikasi terhadap keputusan pembelian obat di apotek perlu dilakukan perbaikan sebagai berikut.

1. Perlunya pihak apotek mempertahankan atribut produk yakni kinerja obat yang dapat menyembuhkan, banyaknya pilihan obat, pemberian garansi apabila obat yang dibeli cacat atau kedaluarsa dikarenakan menurut konsumen atribut tersebut memiliki dampak yang tinggi terutama pada atribut kinerja obat untuk dipertahankan kualitasnya, variasi obat alternatif yang disediakan bisa lebih ditingkatkan variasinya serta mempertahankan pemberian garansi terutama pada obat OTC, keamanan dan kemasan yang baik.
2. Perlunya pihak apotek dalam mempertahankan atribut harga yakni harga obat yang sebanding dengan manfaat obat karena menurut konsumen atribut tersebut memiliki dampak yang tinggi, mempertahankan khasiat, manfaat obat serta meningkatkan pelayanan kepada konsumen.
3. Perlunya pihak apotek dalam memperhatikan keinginan konsumen dikarenakan pembelian obat bukan berdasarkan promosi namun lebih kepada rekomendasi dokter atau orang lain yang pernah membeli obat tersebut.
4. Perlunya pihak apotek dalam mempertahankan loyalitas konsumen karena kesetiaan pelanggan merupakan hal utama bagi konsumen yang membeli obat meskipun lokasi apotek jauh dari tempat tinggal serta mempertahankan kelengkapan obat yang dijual.
5. Perlunya pihak apotek dalam mempertahankan atribut orang yakni sikap dan perilaku pegawai karena atribut tersebut memiliki dampak tinggi terhadap konsumen, memberikan pelatihan kepada pegawai apotek untuk meningkatkan pemahaman berkaitan dengan macam dan jenis obat yang di jual di apotek.

6. Perlunya pihak apotek dalam meningkatkan pemahaman berkaitan dengan tata cara penggunaan obat, meningkatkan kecermatan dan ketelitian karena proses yang cepat bukanlah hal utama konsumen dalam pembelian obat.
7. Perlunya pihak apotek dalam mempertahankan atribut bukti fisik yakni ruangan yang nyaman, adanya lahan parkir, kipas dan lingkungan yang bersih. Hal ini bisa dilakukan dengan pembuatan jadwal piket kebersihan apotek, meletakkan kipas atau pendingin ruangan yang bisa menjangkau seluruh ruangan apotek serta memberikan garis batas atau tanda parkir kendaraan supaya konsumen tidak kebingungan untuk memarkirkan kendaraanya.

