

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan analisis data yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya maka penulis menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Analisis bauran pemasaran *product, price, place, promotion, people, process dan physical evidence* pada keputusan orang tua murid Taman Kanak-Kanak *Happy Kids* Palembang jumlah rata-rata seluruh variabel sebesar 89.3 persen.
2. Variabel yang paling dominan pada keputusan orang tua murid memilih taman kanak-kanak *Happy Kids* Palembang yaitu variabel produk (*product*) dengan presentase 93.9 persen dan Interpretasi Skor variabel tergolong “Sangat Tinggi”. Variabel yang paling terkecil persentasenya yaitu variabel *Price* sebesar 73.3 persen dalam Interpretasi Skor variabel tergolong “Tinggi”.

#### **5.2 Saran**

Berdasarkan hasil pembahasan dan kesimpulan, maka penulis mengajukan beberapa saran yang diharapkan dapat bermanfaat bagi pihak perusahaan dalam upaya terus meningkatkan bauran pemasaran, yaitu:

1. Taman Kanak-Kanak *Happy Kids* Palembang diharapkan dapat mempertahankan serta meningkatkan kualitas dari ketujuh bauran pemasaran yang telah dinilai baik, karena hal tersebut sangat berpengaruh terhadap meningkatnya jumlah murid. Strategi bauran pemasaran yang ditetapkan dengan lebih terencana akan dapat menghasilkan produk dan jasa yang lebih berkualitas dan sesuai dengan keinginan konsumen.
2. Taman Kanak-Kanak *Happy Kids* Palembang harus dapat lebih memperhatikan dan memperbaiki kualitas dari ketujuh bauran pemasaran khususnya pada bauran harga (*price*). Taman kanak-kanak

*Happy Kids* Palembang diharapkan dapat menurunkan harga tanpa mengurangi kualitas.

## DAFTAR PUSTAKA

- Daryanto. 2011. *Manajemen Pemasaran*. Bandung: PT Sarana Tutorial Nurani Sejahtera
- Ginting, Nembah F, Hartimbul. 2011. *Manajemen Pemasaran*. Bandung: Yrama Widya
- Kotler, Philip. 2011. *Manajemen Pemasaran di Indonesia: Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Pengendalian*. Jakarta: Salemba Empat
- Kotler, Philip. 2012. *Manajemen Pemasaran (Edisi 13)*. New Jersey: Pearson Prentice Hall
- Loveluck dan Wright. 2007. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Indonesia: PT Indeks
- Lupiyoadi, Rambat. 2013. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat
- Mursid. 2010. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Bumi Aksara
- Riduwan dan Akdon. 2013. *Rumus dan Data dalam Analisis Statistika*. Bandung: Alfabeta
- Siregar, Syofian. 2015. *Statistik Parametrik Untuk Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: PT Bumi Aksara
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: CV Alfabeta
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: CV Alfabeta
- Swastha, Basu, Irawan. 2008. *Manajemen Pemasaran Modern (Edisi 2)*. Liberty: Yogyakarta
- Swastha, Basu. 2009. *Manajemen Penjualan*. Yogyakarta: BPFE
- Tjiptono, Fandy. 2011. *Pemasaran Jasa*. Malang: Bayumedia
- Yazid. 2008. *Pemasaran Jasa konsep dan Implementasi*. Yogyakarta: Ekonisia
- Yusi, Syahirman dan Umiyati Idris. 2016. *Metodelogi Penelitian Untuk Ekonomi, Bisnis dan Sosial*. Palembang: Universitas Sriwijaya
- Yusi, Syahirman dan Umiyati Idris. 2009. *Metodeogi Penelitian Ilmu Sosial Pendekatan Kuantitatif*. Palembang: Universitas Sriwijaya

