

BAB IV

PENUTUP

4.1. Kesimpulan

Dari penelitian yang telah dilakukan oleh penulis terhadap 96 responden konsumen Apotek Kimia Farma di Kota Semarang, dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut:

- a. Kualitas pelayanan mempengaruhi keputusan pembelian di Apotek Kimia Farma di Kota Semarang. Hal ini didukung oleh analisis koefisien korelasi yang menunjukkan adanya korelasi sangat kuat antara kualitas pelayanan dengan keputusan pembelian. Selain itu, hasil kategorisasi menunjukkan kualitas pelayanan Apotek Kimia Farma sudah dinilai baik oleh responden. Berdasarkan rekapitulasi jawaban responden terdapat beberapa hal yang dinilai perlu diperbaiki menurut responden yakni, kemampuan karyawan dalam memberikan penjelasan, kecepatan respons karyawan dalam melayani dan menangani komplain konsumen serta kurangnya perhatian karyawan saat melayani konsumen.
- b. Citra merek mempengaruhi keputusan pembelian di Apotek Kimia Farma di Kota Semarang. Hal ini didukung oleh analisis koefisien korelasi yang menunjukkan adanya korelasi sangat kuat antara citra merek dengan keputusan pembelian. Selain itu, hasil kategorisasi menunjukkan citra merek Apotek Kimia Farma sudah dinilai sangat baik oleh konsumen. Berdasarkan rekapitulasi jawaban responden terdapat beberapa hal yang dinilai perlu diperbaiki menurut

responden yakni, Kimia Farma masih kurang dikenal sebagai salah satu pilihan apotek dan kurang dipilih oleh konsumen dibanding Apotek pesaing.

- c. Kualitas pelayanan dan citra merek mempengaruhi keputusan pembelian di Apotek Kimia Farma di Kota Semarang. Hal ini didukung oleh analisis koefisien korelasi yang menunjukkan adanya korelasi sangat kuat antara citra merek dengan keputusan pembelian. Selain itu, hasil kategorisasi menunjukkan keputusan pembelian Apotek Kimia Farma dinilai sangat baik oleh responden. Berdasarkan rekapitulasi jawaban responden terdapat beberapa hal yang dinilai perlu diperbaiki oleh responden yakni, konsumen belum sering membeli di Apotek Kimia Farma dan konsumen belum bersedia merekomendasikan Apotek Kimia Farma kepada orang lain.

4.2. Saran

Berdasarkan uraian dan analisis penelitian pada Bab sebelumnya maka, terdapat beberapa saran yang dapat diberikan peneliti untuk Apotek Kimia Farma di Kota Semarang, antara lain:

- a. Kualitas pelayanan Apotek Kimia Farma sudah dinilai baik oleh responden. Akan tetapi, terdapat 4 poin yang perlu diperbaiki agar kualitas pelayanan dapat lebih optimal yakni, kemampuan karyawan dalam memberikan penjelasan, kecepatan respons karyawan baik dalam melayani dan menangani komplain, dan tingkat perhatian yang diberikan karyawan. Dengan demikian, apabila hal tersebut diperbaiki dan kualitas pelayanan dari Apotek Kimia Farma di Kota Semarang semakin baik maka diharapkan keputusan pembelian dari konsumen Apotek Kimia Farma di Kota Semarang juga ikut meningkat.

Apotek Kimia Farma dapat melakukan upaya untuk menangani kekurangan tersebut dengan beberapa cara yakni, melatih karyawan apotek untuk dapat memberikan respons yang cepat dan tepat serta penuh perhatian dalam melayani konsumen dan melakukan edukasi *product knowledge* terhadap karyawan mengenai seluruh produk yang dijual di Apotek. Saran-saran tersebut perlu dilakukan secara serentak di seluruh cabang agar terciptanya keseragaman kompetensi tenaga pelayanan dalam melayani konsumen di Apotek Kimia Farma.

- b. Citra merek Apotek Kimia Farma sudah dinilai sangat baik oleh responden. Akan tetapi, terdapat 2 poin yang perlu diperbaiki agar citra merek dapat lebih optimal yakni, Kimia Farma masih kurang dikenal sebagai salah satu pilihan apotek dan Kimia Farma masih kurang dipilih dibanding Apotek lain. Dengan demikian, apabila hal tersebut diperbaiki dan citra merek dari Apotek Kimia Farma di Kota Semarang semakin baik maka diharapkan keputusan pembelian dari konsumen Apotek Kimia Farma di Kota Semarang juga ikut meningkat.

Apotek Kimia Farma dapat melakukan upaya untuk menangani kekurangan tersebut dengan beberapa cara yakni, membuat nilai tambah yang dapat menjadi pembeda dengan Apotek pesaing dan menambah ketertarikan konsumen. Hal tersebut dapat dilakukan dengan beberapa cara seperti, harga produk yang relatif terjangkau, papan nama yang jelas terlihat dari jauh, cabang yang merata dari wilayah kota hingga ke desa, dan kelengkapan produk yang dijual. Apabila upaya memberikan nilai tambah tersebut dilakukan maka diharapkan Kimia

Farma akan menjadi *Top of Mind* di masyarakat dan dapat meningkatkan citra merek dari Apotek Kimia Farma di Kota Semarang.

- c. Keputusan pembelian pada Apotek Kimia Farma sudah dinilai baik oleh responden. Akan tetapi, terdapat 2 poin yang perlu diperbaiki agar keputusan pembelian konsumen dapat lebih optimal yakni, konsumen belum sering membeli di Apotek Kimia Farma dan konsumen kurang bersedia untuk merekomendasikan Apotek Kimia Farma kepada orang lain. Dengan demikian, apabila hal tersebut diperbaiki dan kualitas pelayanan serta citra merek dari Apotek Kimia Farma di Kota Semarang semakin baik maka diharapkan keputusan pembelian dari konsumen Apotek Kimia Farma di Kota Semarang juga ikut meningkat.

Apotek Kimia Farma dapat melakukan upaya untuk menangani kekurangan tersebut yakni dengan cara meningkatkan daya saing Apotek Kimia Farma dengan cara meningkatkan kualitas pelayanan dan citra merek mereka. Dengan demikian, diharapkan konsumen akan lebih sering ke Apotek Kimia Farma serta bersedia memberikan rekomendasi mengenai pengalamannya di Apotek Kimia Farma kepada orang lain dan diharapkan keputusan pembelian Apotek Kimia Farma akan meningkat.