

BAB 5

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Penelitian yang dilakukan peneliti tentang *marketing mix* terhadap 60 responden di wilayah Jalan Brig Jend. Hasan Basri Banjarmasin adalah sebanyak 56 orang (93,33%) memilih produk, 49 orang (81,87%) memilih harga, 57 (95%) orang memilih tempat, dan 9 (45,67%) orang memilih promosi, sehingga dapat dilihat hasil terbesar dari penelitian ini yaitu memilih tempat sebanyak 57 orang (95%).

5.2 Saran

Saran yang ingin disampaikan oleh penulis setelah dilakukannya penelitian ini adalah:

5.2.1 Bagi Peneliti Lain

Diharapkan hasil penelitian ini dapat menjadi referensi bagi mahasiswa yang ingin meneliti tentang *marketing mix*. Dan untuk peneliti selanjutnya disarankan untuk lebih meneliti ke perilaku konsumen.

5.2.2 Bagi Masyarakat

Menjadikan acuan masyarakat dalam melakukan pembelian obat di apotek.

5.2.3 Bagi Institusi Pendidikan

Menjadikan penelitian ini sebagai bahan mengajar mahasiswa untuk memperdalam pengetahuan dalam pengelolaan apotek berdasarkan *marketing mix*.

5.2.4 Bagi Profesi Kefarmasian

Menjadi referensi dalam pengelolaan apotek, agar apotek bisa berkembang dan lebih bisa memenuhi kebutuhan konsumen.