

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

Berdasarkan hasil pembahasan, maka terdapat beberapa kesimpulan dan saran pada penelitian mengenai Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Pengambilan Keputusan Konsumen Menjadi Peserta Jaringan Pemeliharaan Kesehatan Masyarakat (JPKM) Padjadjaran sebagai berikut :

#### **5.1 Kesimpulan**

Kesimpulan pada pelaksanaan bauran promosi oleh JPKM Padjadjaran mempunyai pengaruh yang cukup berarti dengan keputusan pembelian/menjadi anggota JPKM Padjadjaran.

Selanjutnya penulis juga dapat menyimpulkan hal-hal lain, yaitu sebagai berikut :

1. Pelaksanaan bauran promosi pada JPKM Padjadjaran yang dikaji dalam penelitian ini merupakan kegiatan pemasaran oleh manajemen JPKM Padjadjaran dalam upaya meningkatkan jumlah peserta JPKM Padjadjaran yang mendaftar, karena tidak adanya kenaikan jumlah peserta yang mendaftar walaupun anggaran promosi telah dinaikan.
  - a. Periklanan dilaksanakan melalui pemasangan iklan di media karena anggaran terbatas maka memilih media alternatif dan penyebaran brosur diserahkan pada agen.

Periklanan dinilai Peserta JPKM Padjadjaran masih harus terus ditingkatkan sehingga iklan lebih sering dan brosur lebih di desain menarik.

b. Promosi penjualan dilaksanakan melalui program diskon secara reguler tiap 3 bulan sekali . Promosi penjualan di nilai peserta JPKM Padjadjaran masih harus di tingkatkan sehingga lebih banyak variasi diskon yang dapat di berikan

c. Hubungan masyarakat dilaksanakan melalui pertemuan dan pemberian informasi tentang keberhasilan program JPKM Padjadjaran.

d. Penjualan personal dilaksanakan melalui penawaran oleh staf JPKM Padjadjaran . Penjualan personal dilaksanakan melalui pertemuan-pertemuan dengan masyarakat baik di gedung JPKM Padjadjaran maupun ketika pertemuan desa.

e. Pemasaran langsung dilaksanakan melalui penawaran surat dan telepon. Staff JPKM Padjadjaran akan menelfon dan memberi surat penawaran apabila terdapat penawaran menarik kepada anggota JPKM Padjadjaran untuk menggunakan jasa kesehatan

Pelaksanaan bauran Promosi secara umum telah dilaksanakan sesuai program oleh para staff JPKM Padjadjaran belum sepenuhnya membuat para peserta JPKM Padjadjaran menginginkan untuk merasakan layanan JPKM Padjadjaran.

2. Bauran promosi berpengaruh terhadap pengambilan keputusan konsumen hal tersebut dapat dibuktikan melalui proses pengujian hipotesis melalui *path analisis* (analisis jalur) dan promosi yang paling significant adalah sub variable  $X_4$  (Penjualan Personal). Hal ini menunjukkan bahwa penjualan jasa kesehatan memerlukan penjelasan yang detail, disesuaikan dengan kebutuhan konsumen dan

interaktif sehingga para calon konsumen tertarik menjadi peserta JPKM Padjadjaran.

## **5.2 Saran**

Pelaksanaan bauran promosi merupakan salah satu faktor yang dapat mendorong keputusan pembelian konsumen, oleh Karena itu dalam pelaksanaan harus memperhatikan hal-hal berikut yang tercakup dalam masing-masing sub variabel berikut ini:

1. Untuk kegiatan bauran promosi para staff JPKM Padjadjaran dituntut semakin pintar dalam memilih jenis bauran promosi yang ada karena harus sesuai dengan kondisi dana yang ada sehingga memilih metode berdasarkan bauran promosi yang paling memungkinkan adalah dengan menggunakan pendekatan personal atau personal selling seperti yang dilakukan industri asuransi selama ini.
2. Penjualan personal dapat menjadi kegiatan yang paling penting karena kesehatan memerlukan perubahan pola pikir masyarakat wilayah jatinangor. Karakteristik masyarakat Jatinangor yang mendapatkan layanan puskesmas gratis sangat menyulitkan untuk menjual jasa layanan JPKM Padjadjaran. Sehingga harus dipilih pangsa pasar yang selama ini merasa kecewa dengan pelayanan puskesmas.

Untuk menghemat biaya pengumpulan informasi tersebut Hal ini hanya didapat melalui temu warga di lingkungan masyarakat, sehingga pertemuan harus terus ditingkatkan.

3. Pimpinan pengelola JPKM Padjadjaran sebaiknya mengadakan evaluasi berkala mengenai bauran promosi yang dilakukan sehingga diketahui promosi mana yang perlu ditingkatkan.

### **5.3 Keterbatasan penelitian dan Saran untuk penelitian Lanjutan**

- a. Masih besarnya pengaruh selain bauran promosi dalam mempengaruhi keputusan menjadi anggota JPKM Padjadjaran sehingga dapat diidentifikasi Bauran pemasaran lainnya yang dominan mempengaruhi selain promosi yaitu tempat, harga, dan produk.
- b. Responden yang di teliti adalah anggota JPKM Padjadjaran. Untuk penelitian lebih lanjut diharapkan untuk meneliti bukan hanya anggota JPKM Padjadjaran saja tetapi juga masyarakat sekitar sehingga diketahui tanggapan tentang JPKM Padjadjaran dan pengaruhnya terhadap peningkatan peserta JPKM Padjadjaran.
- c. Setelah diketahui faktor *personal selling* (dari bauran promosi) yang paling significant maka dapat diteliti pelaksanaan strategi, dan program-program *personal selling* lebih mendalam dalam upaya meningkatkan peserta JPKM Padjadjaran.

## SARAN BAURAN PROMOSI

| <b>PROMOTION MIX</b> | <b>STRATEGI</b>  | <b>PROGRAM</b>   | <b>KET</b> |
|----------------------|--|--|------------|
| Periklanan           | koran lokal menjadi koran regional                               | Alokasi biaya lebih besar<br>Barter iklan                |            |
| Humas                | Mengadakan pertemuan-pertemuan rutin dengan warga sekitar Klinik | Alokasi biaya lebih besar                                |            |
| Penjualan Personal   | Menambah Staff   | Alokasi biaya lebih besar                                |            |
| Promosi Penjualan    | Membuat diskon Lebih variasi                                     | Alokasi biaya lebih besar<br>Menghubungi perusahaan obat |            |
| Pemasaran Langsung   | Meningkatkan Program info via telfon ke peserta JPKM             | Alokasi biaya lebih besar                                |            |

## DAFTAR PUSTAKA

- Buchari Alma. (2000). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, Bandung: Alfabeta
- Cravens David, W 1998 *Pemasaran Strategis*. Dialih bahasakan oleh Lina Salim. Jilid I Jakarta : Bina Rupa Aksara.
- Engel, James F., Roger D Black Well, Paul W Miniard 1999, *Perilaku Konsumen*. Dialihbahasakan oleh FX Budianto, Jilid I Jakarta : Bina Rupa Aksara
- Kotler Philip. 2000. *Marketing Management*. Millennium Edition. Prentice Hall International, Inc.
- Kotler, Philip dan A.B Suanto. 1999. *Manajemen Pemasaran Di Indonesia: Analisis Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*. Dialih bahasakan oleh Ancella A.H Jakarta Salemba Empat
- Kotler, Philip and Gary Amstrong. 1996. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Dialihbahasakan oleh Alexander Sindoro Mc Graw Hill Company
- Laudon, David L and Albert J Drella Bitta. 1995. *Cosumer Behavior Concepts And Application* . Mc Graw Hill
- Madura, Jeff. *Pengantar bisnis*, jilid 1. Jakarta : Salemba Empat, 2001.
- Maleong, Lexy J *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung : Remaja Rosda Karya1991
- Panuju, Redi. 2000. *Komunikasi Bisnis*. Jakarta PT Gramedia Utama
- Peter, J Paul., and Olson., Jerry C.,. 2000. *Consumer Behavior: Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Terjemahan Damos Sihombing. Jakarta: Jilid 1. Edisi 4, Erlangga.
- Schiffman, Leon G and Leslie Lazar Kanuk. 1994 *Consumer Behaviour*. New Jersey Prentice Hall
- Singarimbun, Masri 1995. *Metode Penelitian Survei* Jakarta LP3ES
- Santoso, Singgih dan Tjiptono. Fandy 2002 *Riset Pemasaran, Konsep dan Aplikasi Dengan SPSS*. Jakarta, PT Elex Media Komputindo
- Stanton , William J. 1998. *Prinsip Pemasaran*. Dialih bahasakan oleh Johaness

Lamarto .Jakarta Erlangga

Sugiyono, 2004. *Metode Penelitian Administrasi*. Bandung : Alfabeta.

Sumarwan Ujang. 2004. *Perilaku Konsumen*. Bogor: Ghalia Indonesia.

Winardi, J. , 2000. *Kepemimpinan Dalam Manajemen*, Jakarta : Rineka Cipta.

## **II. Majalah/Artikel/Jurnal**

Al Rasyid, Harun. 2002. *Hand Out Research* , Bahan Kuliah Statistik Sosial Semester II, Bandung :

## KUISIONER TENTANG JPKM

**Kepada Yth  
Bapak dan Ibu peserta JPKM**

Kuisisioner ini di gunakan untuk mengetahui tentang sejauhmana pengaruh bauran promosi terhadap pengambilan keputusan konsumen menjadi peserta jaringan pemeliharaan kesehatan masyarakat (JPKM) Padjadjaran. Semoga Bapak dan Ibu berkenan untuk membantu.

**Lingkari pilihan di bawah ini.**

Jenis kelamin : Pria/Wanita  
 Pekerjaan : Petani /Pedagang / Pegawai swasta// Pegawai negeri / Wiraswasta  
 Lainnya.....  
 Penghasilan : ..... < Rp. 1.000.000 / Rp. 1.000.000- Rp. 2.000.000 /  
 Rp. 2.000.000-Rp. 3.000.000 / Rp. 3.000.000 >.....  
 Pendidikan : SD/SMP/SMA/SMK /Diploma/ Sarjana

| 1. BAURAN PROMOSI |  |    |   |   |    |     |
|-------------------|--|----|---|---|----|-----|
| 1.1 PERIKLANAN    |  |    |   |   |    |     |
| NO                | PERNYATAAN   | SS | S | R | TS | STS |
| a. Attention      |  |    |   |   |    |     |
| 1.                | Iklan JPKM mudah di jumpai   |    |   |   |    |     |
| 2.                | Brosur JPKM sering saya dapatkan   |    |   |   |    |     |
| b. Interest       |  |    |   |   |    |     |
| 3.                | Pesan dalam brosur tentang produk JPKM sangat jelas                        |    |   |   |    |     |
| 4.                | Informasi tentang produk dalam iklan sangat terbatas                       |    |   |   |    |     |
| c. Desire         |  |    |   |   |    |     |
| 5.                | Tampilan iklan tidak menarik dipandang mata                                |    |   |   |    |     |
| 6.                | Desain brosur JPKM mudah di ingat.   |    |   |   |    |     |
| d. Action         |  |    |   |   |    |     |
| 7.                | Iklan JPKM menarik saya menjadi anggota JPKM                               |    |   |   |    |     |
| 8.                | Produk-produk yang ada di brosur kurang menarik untuk menjadi anggota JPKM |    |   |   |    |     |



| <b>1.2 PROMOSI PENJUALAN</b>   |   |           |          |          |           |            |
|--------------------------------|---|-----------|----------|----------|-----------|------------|
| <b>NO</b>                      | <b>PERNYATAAN</b>   | <b>SS</b> | <b>S</b> | <b>R</b> | <b>TS</b> | <b>STS</b> |
| <b>a. Attention</b>            |   |           |          |          |           |            |
| 9.                             | Informasi program diskon sulit di temui                           |           |          |          |           |            |
| <b>b. Interest</b>             |   |           |          |          |           |            |
| 10.                            | Program diskon di JPKM menarik minat saya menjadi anggota JPKM    |           |          |          |           |            |
| <b>c. Desire</b>               |   |           |          |          |           |            |
| 11.                            | Potongan harga (diskon) yang diadakan JPKM terlalu kecil          |           |          |          |           |            |
| <b>d. Action</b>               |   |           |          |          |           |            |
| 12.                            | saya mau menggunakan JPKM jika terdapat program diskon            |           |          |          |           |            |
| <b>1.3 HUBUNGAN MASYARAKAT</b> |   |           |          |          |           |            |
| <b>NO</b>                      | <b>PERNYATAAN</b>   | <b>SS</b> | <b>S</b> | <b>R</b> | <b>TS</b> | <b>STS</b> |
| <b>a. Attention</b>            |   |           |          |          |           |            |
| 13.                            | Saya sering mengetahui tentang keberhasilan program JPKM          |           |          |          |           |            |
| <b>b. Interest</b>             |   |           |          |          |           |            |
| 14.                            | Prestasi JPKM kurang di sebarluaskan pada masyarakat              |           |          |          |           |            |
| <b>c. Desire</b>               |   |           |          |          |           |            |
| 15.                            | Media identitas ( Logo JPKM gedung, seragam JPKM) sangat menarik. |           |          |          |           |            |
| <b>d. Action</b>               |   |           |          |          |           |            |
| 16.                            | keberhasilan program JPKM menarik saya menjadi anggota JPKM       |           |          |          |           |            |

| <b>1.4 PENJUALAN PERSONAL</b> |  |           |          |          |           |            |
|-------------------------------|--|-----------|----------|----------|-----------|------------|
| <b>NO</b>                     | <b>PERNYATAAN</b>  | <b>SS</b> | <b>S</b> | <b>R</b> | <b>TS</b> | <b>STS</b> |
| <b>a. Attention</b>           |  |           |          |          |           |            |
| 17.                           | Penampilan petugas JPKM sangat menarik                           |           |          |          |           |            |
| 18.                           | Pelayanan memberikan informasi dengan baik dan sangat jelas      |           |          |          |           |            |
| <b>b. Interest</b>            |  |           |          |          |           |            |
| 19.                           | Informasi yang di berikan sangat menarik                         |           |          |          |           |            |
| 20.                           | Petugas JPKM bersikap ramah dan sopan                            |           |          |          |           |            |
| <b>c. Desire</b>              |  |           |          |          |           |            |
| 21.                           | Pelayanan petugas JPKM kurang rapih                              |           |          |          |           |            |
| 22.                           | Petugas JPKM bersikap tidak acuh                                 |           |          |          |           |            |
| <b>d. Action</b>              |  |           |          |          |           |            |
| 23.                           | Penawaran personil JPKM menarik saya menjadi anggota JPKM        |           |          |          |           |            |
| 24.                           | Pelayanan personil JPKM menarik saya menjadi anggota JPKM        |           |          |          |           |            |
| <b>1.5 PEMASARAN LANGSUNG</b> |  |           |          |          |           |            |
| <b>a. Attention</b>           |  |           |          |          |           |            |
| 25.                           | Saya pernah menerima tawaran JPKM melalui surat                  |           |          |          |           |            |
| 26.                           | Saya pernah di ingatkan untuk berobat melalui telpon             |           |          |          |           |            |
| <b>b. Interest</b>            |  |           |          |          |           |            |
| 27.                           | Saya pernah di beritahu perkembangan terbaru JPKM melalui surat. |           |          |          |           |            |
| 28.                           | Saya pernah di beritahu perkembangan terbaru JPKM melalui telp   |           |          |          |           |            |
| <b>c. Desire</b>              |  |           |          |          |           |            |
| 29.                           | Surat JPKM yang di tawarkan kurang jelas                         |           |          |          |           |            |
| 30.                           | Penawaran melalui Telp tentang JPKM kurang jelas                 |           |          |          |           |            |
| <b>d. Action</b>              |  |           |          |          |           |            |
| 31.                           | Penawaran JPKM melalui telp menarik saya menjadi anggota JPKM    |           |          |          |           |            |
| 32.                           | Penawaran JPKM melalui surat menarik saya menjadi anggota JPKM   |           |          |          |           |            |

## 2. KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN

### 2.1 ATTENTION

| NO  | PERNYATAAN  | SS | S | R | TS | STS |
|-----|---|----|---|---|----|-----|
| 33. | Bagi saya menggunakan kartu JPKM adalah sangat penting                        |    |   |   |    |     |
| 34. | Menggunakan pelayanan kesehatan JPKM kegiatan yang jarang dilakukan oleh saya |    |   |   |    |     |
| 35. | Saya selalu menggunakan jasa pelayanan kesehatan di Klinik JPKM               |    |   |   |    |     |
| 36. | Klinik JPKM adalah tempat berobat kedua setelah dokter umum                   |    |   |   |    |     |

### 2.2 INTEREST

| NO  | PERNYATAAN                                       | SS | S | R | TS | STS |
|-----|--|----|---|---|----|-----|
| 37. | Informasi tentang kegiatan JPKM mudah di peroleh |    |   |   |    |     |
| 38. | Sulit untuk menemukan informasi tentang JPKM     |    |   |   |    |     |
| 39. | Letak Klinik JPKM mudah di jangkau               |    |   |   |    |     |
| 40. | Letak Klinik JPKM kurang strategis               |    |   |   |    |     |
| 41. | Jasa kesehatan JPKM lengkap                      |    |   |   |    |     |
| 42. | Fasilitas pendukung JPKM tidak lengkap           |    |   |   |    |     |
| 43. | Event atau kegiatan promosi JPKM selalu menarik  |    |   |   |    |     |
| 44. | JPKM jarang mengadakan acara menarik             |    |   |   |    |     |

### 2.3 DESIRE

| NO  | PERNYATAAN   | SS | S | R | TS | STS |
|-----|--|----|---|---|----|-----|
| 45. | Semua pelayanan kesehatan di JPKM memiliki kualitas yang baik                          |    |   |   |    |     |
| 46. | Terdapat obat-obatan yang di berikan di JPKM berkualitas rendah                        |    |   |   |    |     |
| 47. | Pelayanan petugas JPKM melayani anggota JPKM dengan baik                               |    |   |   |    |     |
| 48. | Kebutuhan pelayanan kesehatan saya selalu tersedia di JPKM                             |    |   |   |    |     |
| 49. | Di Klinik JPKM terkadang saya tidak mendapatkan pelayanan kesehatan yang saya butuhkan |    |   |   |    |     |

### 2.4 ACTION

| NO  | PERNYATAAN  | SS | S | R | TS | STS |
|-----|---|----|---|---|----|-----|
| 50. | Saya menggunakan kartu JPKM untuk berobat                 |    |   |   |    |     |
| 51. | Saya tidak akan lagi menggunakan kartu JPKM untuk berobat |    |   |   |    |     |