

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai Persepsi Kualitas dan Pengetahuan Produk terhadap Keputusan Pembelian Wuling Air Ev di Kota Bandung, peneliti menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan tanggapan responden mengenai Persepsi Kualitas pada mobil listrik Wuling Air Ev di kota Bandung secara keseluruhan termasuk memiliki kategori persepsi kualitas yang baik. Artinya, para pengguna Wuling Air Ev di Kota Bandung merasakan kualitas produk dari mobil listrik Wuling Air Ev sesuai dengan yang diharapkan konsumen. Persentase tertinggi terdapat pada indikator keandalan dan kemudahan produk sedangkan persentase terendah terdapat pada indikator ketersediaan layanan purnajual. Hal ini dikarenakan terdapat beberapa konsumen merasakan ketidakpuasan dan kekhawatiran mengenai layanan purnajual, sehingga indikator menjadi salah satu pertimbangan penting konsumen sebelum melakukan keputusan pembelian produk Mobil Wuling Air Ev.
2. Berdasarkan tanggapan responden mengenai Pengetahuan Produk pada konsumen Wuling Air Ev di Kota Bandung secara keseluruhan tergolong baik. Artinya para konsumen memiliki pengetahuan produk yang baik sebelum melakukan keputusan pembelian. Persentase

tertinggi terdapat pada indikator manfaat fisik, sedangkan persentase terendah terdapat pada indikator pengetahuan desain produk.

3. Berdasarkan tanggapan responden mengenai Keputusan Pembelian Wuling Air Ev di kota Bandung termasuk dalam kategori baik. Artinya para konsumen Wuling Air Ev memiliki kriteria keputusan dalam melakukan pembelian mobil listrik Wuling Air Ev. Persentase tertinggi terdapat pada indikator pemilihan merek, sedangkan persentase terendah terdapat pada indikator metode pembayaran.
4. Hasil analisis dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh Persepsi Kualitas dan Pengetahuan Produk terhadap Keputusan Pembelian adalah :
 - Dari hasil pengujian parsial dapat disimpulkan bahwa variabel Persepsi Kualitas memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian
 - Dari hasil pengujian parsial dapat disimpulkan bahwa variabel Pengetahuan Produk memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian
 - Dari hasil pengujian simultan yang dilakukan peneliti membuktikan adanya pengaruh yang signifikan dan antara variabel Persepsi Kualitas dan Pengetahuan Produk terhadap Keputusan Pembelian, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diamati dalam penelitian ini.

5.2 Saran

Ada beberapa saran yang perlu dipertimbangkan dalam penelitian tentang Persepsi Kualitas dan Pengetahuan Produk terhadap Keputusan Pembelian Wuling Air Ev di Kota Bandung, yaitu sebagai berikut:

1. Berdasarkan tanggapan responden mengenai Persepsi Kualitas Wuling Air Ev di Kota Bandung, disarankan untuk lebih meningkatkan ketersediaan layanan purnajual seperti perawatan rutin yang efisien seperti servis berkala, buka jadwal yang fleksibel dan menyediakan layanan pelanggan yang responsif, memiliki tim yang dapat mengatasi masalah dan memberik dukungan teknis. Dan menyediakan edukasi pelanggan, karena teknologi mobil listrik masih terbilang cukup awam di masyarakat Indonesia.
2. Berdasarkan tanggapan responden mengenai Pengetahuan Produk Wuling Air Ev di Kota Bandung, disarankan untuk lebih meningkatkan strategi dalam meningkatkan pengetahuan konsumen, strategi yang bisa diterapkan ialah kampanye pemasaran khusus yang fokus pada desain produk hal ini mencakup iklan cetak, iklan daring, video promosi dan konten media sosial yang menyoroti elemen desain yang unik dan menarik dari Wuling Air Ev. Ataupun bisa melakukan kolaborasi dengan media otomotif yang bertugas untuk mengulas dan *highlight* aspek desain dari Wuling Air Ev

3. Berdasarkan tanggapan responden mengenai Keputusan Pembelian Wuling Air Ev di Kota Bandung, disarankan untuk menyediakan program cicilan yang menarik dan opsi pembayaran yang fleksibel, seperti tenor yang panjang dan suku bunga yang kompetitif. Serta memberikan keyakinan untuk konsumen.
4. Berdasarkan hasil analisis bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara Persepsi Kualitas dan Pengetahuan Produk terhadap Keputusan Pembelian, disarankan untuk perusahaan mampu membentuk sikap pada konsumen untuk mengolah informasi dan menarik kesimpulan berupa tanggapan yang muncul pada produk yang dibeli melalui kualitas produk yang meliputi keandalan, kemudahan, kinerja produk dan reputasi produk yang diciptakan perusahaan maka konsumen akan mengevaluasi berdasarkan pengetahuan produk yang didasarkan oleh berbagai informasi mengenai produk melalui iklan atau pengalaman konsumen sebelumnya. Sehingga pelanggan dapat memastikan produk Wuling Air Ev ialah produk yang benar-benar dibutuhkan. Sehingga perlu adanya pengetahuan produk sebelum konsumen memutuskan pembelian produk Wuling Air Ev