BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan bab IV mengenai pengaruh penetapan harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk *furniture* Olympic CV. Suka Dama Soreang, maka penulis membuat kesimpulan sebagai berikut:

1. Tanggapan konsumen terhadap penetapan harga pada produk *furniture* Olympic di CV. Suka Damai Soreang dinilai cukup sesuai (66,17%). Skor tertinggi terdapat pada indikator kesesuaian harga dengan manfaat produk sebesar 73,48% dan terendahnya pada kesesuaian harga dengan pendapatan/uang saku yang diterima sebesar 59,57%.
2. Tanggapan konsumen terhadap kualitas produk pada produk *furniture* Olympic di CV. Suka Damai Soreang dinilai baik (72,57%). Skor tertinggi pada indikator Estetika (Daya Tarik) sebesar 83,48% dan terendahnya pada Daya tahan (*Durability*) sebesar 59,19%.
3. Keputusan pembelian konsumen pada produk *furniture* Olympic di CV. Suka Damai Soreang dinilai cukup baik (62,82%). Skor tertinggi terdapat pada indikator pengenalan kebutuhan masalah sebesar 69,78% dan terendahnya pada indikator Pencarian informasi sebesar 56,96%.
4. Secara simultan terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel penetapan harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk *Furniture* Olympic di CV. Suka Damai Soreang, dengan pengaruh

sebesar 75,5% sedangkan sisanya sebesar 24,5% merupakan pengaruh dari variabel lain yang tidak diteliti seperti produk, promosi, *physical evidence* (lingkungan fisik), distribusi dan lain-lain. Sedangkan secara parsial variabel penetapan harga memberikan pengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk *furniture* Olympic di CV. Suka Damai Soreang dengan pengaruh sebesar 34,8% sedangkan sisanya dari 75,5% (secara simultan) yakni sebesar 40,8% merupakan pengaruh yang diberikan oleh variabel kualitas produk dengan pengaruh yang signifikan pula.

5.2 Saran

Saran yang dapat dijadikan masukan dan kritik dari penulis kepada pihak CV. Suka Damai Soreang yaitu:

1. Tanggapan konsumen terhadap penetapan harga dinilai cukup sesuai, namun CV.Suka Damai Soreang dalam menetapkan harga untuk furniture Olympic sebaiknya mempertimbangkan kesesuaiannya dengan pendapatan yang diterima oleh para pelanggan. Dalam hal ini CV. Suka Damai Soreang harus mampu memodifikasi harga dengan baik. CV. Suka Damai dapat melakukannya dengan memberikan potongan harga tunai maupun potongan harga kuantitas.
2. Kualitas produk pada furniture Olympic dinilai baik. Namun sebaiknya CV. Suka Damai lebih memperhatikan tempat penyimpanan barang yang dirasa kurang cukup baik untuk menyimpan barang-barang furniture. Dalam hal ini CV. Suka Damai perlu mengganti gudang tempat penyimpanan barang

dengan tempat yang terbuat dari kayu sehingga furniture-furniture tidak lembab.

3. Meskipun keputusan konsumen di CV. Suka Damai dinilai cukup baik, sebaiknya dalam meningkatkan keputusan pembelian konsumen pada CV. Suka Damai Soreang bisa dengan menggunakan pemasaran interaktif atau secara online. Yaitu dengan cara mempromosikan produk furniture Olympic dengan menggunakan media Internet. Internet menyediakan peluang dan konsumen untuk interaksi dan individualisasi yang jauh lebih besar. (Kotler, 2009:247) Beberapa media pemasaran gratis yang dapat dimanfaatkan dalam internet seperti kaskus, Facebook, Tweeter, blogspot dan lain-lain.
4. Mengadakan penelitian menggunakan variabel-variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini seperti produk, promosi, *physical evidence* (lingkungan fisik), distribusi dan lain-lain untuk meningkatkan kualitas dan mutu perusahaan CV. Suka Damai.