BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Dari hasil analisis yang dikemukakan pada bab 4 sebelumnya dihubungkan dengan konsep-konsep yang dikemukakan pada bab 2, maka ditarik kesimpulan mengenai "Pengaruh kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kelompok Acuan Serta Dampaknya Pada Keputusan Pembelian Tas Exsport di PT. Eksonindo Multi Product Industry Di Bandung". Kesimpulan akan dilakukan terhadap hasil analisis yang diperoleh dengan analisis deskriptif maupun dengan analisis verifikatif, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Tanggapan Pelanggan mengenai kualitas produk, harga, kelompok acuan dan keputusan pembelian.

a) Kualitas Produk

Dari hasil penyebaran kuesioner mengenai kualitas produk, 64,99% pelanggan mengatakan kualitas produk tas Exsport memiliki kualitas yang baik. Kualitas yang baik terlihat dari warna tas yang di sesuaikan dengan karakter anak muda yang *Stylish* dan *Colorfull.* Bahan tas juga terbuat dari kain yang dilapisi oleh lapisan *Water Repellent*, sehingga air tidak akan langsung menyerap ke bagian dalam tas, namun langsung mengalir turun seperti layaknya air di daun talas. Selain itu tas Exsport menggunakan resleting yang paling berkualitas yaitu YKK. Berdasarkan hasil wawancara dengan beberapa pelanggan tas Exsport, kualitas tas Exsport telah dipercaya

oleh konsumennya sehingga tas Exsport digunakan hingga bertahun-tahun dan bahkan 'diwariskan' ke generasi kepada adik, keponakan bahkan kepada anak dari pengguna terdahulu.

b) Harga

Harga pada tas Exsport menurut pelanggan dinilai cukup sesuai. Hanya saja konsumen mengeluh karena harga pada katalog tidak sesuai dengan harga yang tercantum pada label dan harga yang tercantum pada setiap toko maupun *stand* berbeda-beda.

c) Kelompok acuan

Kelompok acuan pada tas Exsport 61,76% berpengaruh terhadap pelanggan mengenai pengaruh informatif, normatif dan ekspresi-nilai. Yang paling mempengaruhi pelanggan adalah keluarga karena mayoritas konsumen tas Exsport adalah anak-anak sekolah sehingga sebagian besar informasi mengenai tas Exsport didapat dari keluarga terutama keluarga yang pernah menggunakan tas Exsport sebelumnya. Selain keluarga, teman media sosial juga menjadi kelompok acuan pada Tas Exsport. Melalui media sosial konsumen mengetahui adanya pembelian secara *online.* Tas Exsport memberikan diskon sebesar 20% kepada pelanggannya yang melakukan pembelian *online*, hanya saja sosialisasi tersebut kurang sampai pada pelanggan.

d) Keputusan Pembelian

Niali keputusan pembelian pada tas Exsport sebesar 61,01% yang berada pada rentang cukup baik. Kebutuhan akan tas Exsport cukup tinggi

dikarenakan tas Exsport dapat kuat menahan beban yang banyak seperti pada anak-anak sekolah yang membawa buku yang cukup banyak. Tidak banyak pelanggan yang membeli tas Exsport lebih dari 1 kali. Karena daya tahan tas Exsport yang cukup lama sehingga tas Exsport dapat diwariskan kepada adik atau keponakan dari pengguna sebelumnya. Kebanyakan pelanggan tas Exsport tertarik dengan pembelian melalui *online*, akan tetapi tidak banyak pelanggan yang mengetahui cara maupun alamat web untuk melakukan pembelian *online*.

2. Hubungan kualitas produk dengan harga

Hubungan antara kualitas produk dengan harga dapat dilihat dari hasil pengolahan dengan menggunakan *software* Lisrel Ver 8.8. yaitu sebesar 0,24. Hal ini menunjukkan semakin tinggi kualitas akan mempengaruhi tingginya harga, begitu juga dengan sebaliknya, sehingga terdapat hubungan antara kualitas produk dengan harga.

3. Pengaruh kualitas produk terhadap kelompok acuan

Besarnya pengaruh kelompok acuan terhadap kualitas produk dapat dilihat dari hasil pengolahan dengan menggunakan *software* Lisrel Ver 8.8. yaitu sebesar 0,02 artinya kualitas produk memiliki pengaruh yang positif terhadap kelompok acuan, sehingga semakin baik kualitas produk maka kelompok acuan semakin berpengaruh dalam menginformasikan suatu produk kepada pelanggan.

4. Pengaruh harga terhadap kelompok acuan

Besarnya pengaruh kelompok acuan terhadap kualitas produk dapat dilihat dari hasil pengolahan dengan menggunakan *software* Lisrel Ver 8.8. yaitu sebesar -0,10 artinya harga berpengaruh negatif terhadap kelompok acuan. Sehingga semakin tinggi harga, semakin kelompok acuan tidak berpengaruh dalam menginformasikan suatu produk kepada pelanggan.

5. Pengaruh kelompok acuan, kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian secara parsial dan simultan

a) Hasil perbandingan t_{hitung} kualitas produk yang diperoleh dengan nilai tabel adalah t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} (3.77 > 1,98). Hasil uji berdasarkan data sampel yang dilakukan menyatakan penolakan terhadap H_0 atau dengan kata lain menerima H_1. Jadi dapat disimpulkan, terdapat pengaruh yang bermakna (signifikan) dari kualitas produk terhadap keputusan pembelian secara parsial.

b) Hasil perbandingan t_{hitung} harga yang diperoleh dengan nilai tabel adalah t_{hitung} lebih kecil dari t_{tabel} (-0,84 ≤ 1,98). Hasil uji berdasarkan data sampel yang dilakukan menyatakan penolakan terhadap H_1 atau dengan kata lain menerima H_0. Jadi dapat disimpulkan hasil uji yang diperoleh adalah tidak terdapat pengaruh yang bermakna (signifikan) dari harga terhadap keputusan pembelian secara parsial.

c) Hasil perbandingan t_{hitung} kelompok acuan yang diperoleh dengan nilai tabel adalah t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} (3.53 > 1,98). Hasil uji berdasarkan data sampel yang dilakukan menyatakan penolakan terhadap H_0 atau dengan kata

lain menerima H_1. Jadi dapat disimpulkan, terdapat pengaruh yang bermakna (signifikan) dari kualitas produk terhadap keputusan pembelian secara parsial.

d) Pada kelompok acuan, kualitas produk dan harga memiliki nilai F_{hitung} 8,85 > F_{tabel} 3,07. Sehingga dapat disimpulkan kualitas produk, harga dan kelompok acuan memiliki pengaruh secara simultan.

5.1. Saran

Pada penelitian ini, peneliti memberikan saran kepada PT. Eksonindo Multi Product Industry yaitu sebagai berikut:

1. PT. Eksonindo Multi Product Industry memberikan informasi sebanyak-banyaknya kepada pelanggan mengenai kualitas produk seperti lapisan kain menggunakan lapisan *water repellent* dan garansi selama 3 tahun untuk meyakinkan bahwa tas Exsport memiliki kualitas yang baik.
2. PT. Eksonindo Multi Product Industry memberikan informasi kepada konsumennya bahwa harga yang tercantum untuk setiap *stand* dan toko memiliki harga yang berbeda-beda.
3. Kelompok acuan yang paling berpengaruh pada penelitian ini adalah keluarga, oleh karena itu penulis menyarankan agar mengadakan *event* yang dapat melibatkan orang tua dan keluarga pada hari-hari libur sekolah. Hal tersebut dapat mempengaruhi orang tua agar membelikan tas Exsport untuk anaknya.