BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan penjelasan dari bab sebelumnya, serta pembahasan yang disertai dengan teori dan konsep yang mendukung mengenai penelitian ini yang berjudul pengaruh persepsi konsumen dan motivasi konsumen terhadap keputusan pembelian produk kain rajut (studi kasus pada CV. Setia Tunggal Textil Kab. Bandung), maka didapatkan kesimpulan sebagai berikut

1. Persepsi konsumen yang didalamnya diukur melalui 3 indikator, yaitu Kemudahan dalam penggunaan, karakteristik tambahan yang menjadi pembeda dan kehandalan barang. Indikator kemudahan dalam penggunaan memperoleh skor tertinggi dengan kategori tinggi, sedangkan kehandalan barang memperoleh skor yang paling rendah dengan kategori cukup tinggi. Namun secara umum semua indikator masuk dalam kategori tinggi. Hal itu dikarenakan perushaan memikirkan untuk meningkatkan persepsi konsumen tentang produk kain rajut yang dihasilkannya.
2. Motivasi konsumen yang ada di CV. Setia Tunggal Textil berada pada kategori tinggi, terdiri dari 3 indikator yaitu indikator harga, kualitas, dan ketersediaan barang. Indikator harga yang memperoleh persentase tertinggi dengan kategori tinggi, sedangkan indikator ketersediaan barang memperoleh persentase terendah dengan kategori tinggi. Hal ini dikarenakan kosnumen termotivasi untuk membeli produk kain rajut yang dihasilkan oleh CV. Setia

Tunggal Textile karena harga yang diberikan sesuai dengan kualitas produk yang dihasilkan.

3. Dari 3 indikator keputusan pembelian, yaitu tidak ada pemilihan merek lain, informasi tentang kualitas, ketertarikan untuk membeli ulang. Indikator informasi tentang kualitas memperoleh persentase skor tertinggi dengan kategori tinggi, sedangkan indikator ketertarikan membeli ulang memperoleh persentase terendah dengan kategori tinggi. Namun secara umum semua indikator masuk dalam kategori tinggi. Hal ini dapat dilihat karena CV. Setia Tunggal Textil memberikan informasi tentang kualitas produknya secara jelas, dan menyeluruh, pesaing lain hanya memberikan informasi tentang kualitas produknya secara tidak menyeluruh, maka dari itu keputusan pembelian produk di CV. Setia tunggal Textil berada dalam kategori tinggi.
4. Secara parsial dan simultan, penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh antara persepsi konsumen dan motivasi konsumen terhadap keputusan pembelian, hal ini ditunjukkan dengan pengujian hipotesis yang menyatakan bahwa adanya pengaruh yang signifikan dari persepsi konsumen dan motivasi konsumen terhadap keputusan pembelian produk kain rajut di CV. Setia Tunggal Textil Kab. Bandung.

5.2 Saran

Setelah penulis memberikan kesimpulan dari hasil penelitian tentang persepsi konsumen dan motivasi kosnuem terhadap keputusan pembelian di CV. Setia tunggal Textil Kab. Bandung., maka penulis akan memberikan beberapa saran yang dapat digunakan oleh:

1. Persepsi Konsumen di CV. Setia Tunggal Textil Kab. Bandung sudah baik, namun adapun hal yang disarankan untuk lebih ditingkatkan kembali dengan mengiklankan produk yang dihasilkannya, perushaan bisa meilih media online dalam mengiklankan produknya, contohnya dengan membuat subscribe pada youtube atau bias dengan mengiklankan produknya di Instagram.
2. Motivasi konsumen di CV. Setia Tunggal Textile sudah baik, namun adapun hal yang disarankan penulis untuk lebih meningkatkan kembali motivasi konsumen untuk membeli produk kain rajut yang dihasilkan dengan memberikan potongan-potongan harga jika konsumen membeli produk dengan jumlah yang banyak.
3. Keputusan pembelian di CV. Setia Tunggal Textil sudah baik, namun terdapat hal yang disarankan kepada pihak perusahaan adalah agar bisa lebih mengkonsentrasikan untuk persepsi konsumen karena persepsi konsumen pengaruhnya lebih besar dibandingkan dengan motivasi konsumen tanpa mengabaikan motivasi konsumen.
4. Pengaruh antara persepsi konsumen dan motivasi konsumen dapat dikatakan baik, pada kondisi ini sebaiknya bisa dimanfaatkan perusahaan untuk bisa menciptakan persepsi konsumen dan motivasi konsumen yang baik agar keputusan pembelian produk kain rajut yang tinggi yang akan berdampak pada peningkatan pendaptan.