

BAB V

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

5.1 Kesimpulan

Kesimpulan adalah jawaban yang diperoleh hanya melalui penelitian. Berdasarkan uraian-uraian teori, hasil penelitian dan pengujian analisis regresi linier sederhana yang dilaksanakan mengenai pengaruh diferensiasi produk terhadap keputusan pembelian pada Mahasiswa Pendidikan Jasmani Kesehatan dan Rekreasi UPI angkatan 2010 dan 2011 dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Gambaran dari diferensiasi produk hydro coco dapat dijelaskan melalui *content*, *context* dan *infrastructure*. Hampir setengah responden menyatakan bahwa penerapan diferensiasi produk pada hydro coco berada pada kategori tinggi, yaitu berada pada angka 4220 pada garis kontinum. Hal ini dapat dilihat dari indikator paling tinggi, yaitu *content* merupakan indikator yang memiliki nilai tertinggi, ini menunjukkan bahwa pengguna memilih produk hydro coco berdasarkan *content* yang diberikan hydro coco.
2. Gambaran dari keputusan pembelian hydro coco dapat dijelaskan melalui pilihan produk, pilihan merek, pilihan penyalur, waktu pembelian dan jumlah pembelian. Hampir seluruh responden menyatakan bahwa keputusan pembelian pada hydro coco berada pada kategori cukup tinggi dengan angka sebesar 2529 pada garis kontinum. Hal tersebut dapat dilihat dari indikator paling tinggi, yaitu

pilihan merek, ini menunjukkan bahwa pengguna hydro coco telah memiliki rasa percaya terhadap produk hydro coco yang ada dalam benak mereka.

3. Penerapan diferensiasi produk mempunyai pengaruh yang positif terhadap keputusan pembelian dengan tingkat korelasi yang tinggi dan koefisien determinasi yaitu sebesar 56,3%. Hal tersebut menunjukkan bahwa semakin tinggi diferensiasi produk hydro coco maka akan semakin tinggi pula keputusan pembelian hydro coco.

5.2 Rekomendasi

Berdasarkan hasil penelitian, maka penulis merekomendasikan beberapa hal mengenai penerapan strategi diferensiasi produk yang dapat meningkatkan keputusan pembelian yaitu:

1. Keberadaan diferensiasi telah terbukti mampu diterapkan dengan baik pada hydro coco, namun masih ada beberapa penilaian pengguna terhadap diferensiasi produk yang dinilai kurang yaitu *infrastructure*. Penilaian yang kurang dari pengguna minuman isotonik disebabkan karena salah satu indikator dari dimensi *infrastructure* yaitu harga hydro coco yang sesuai dengan manfaat yang dirasakan dianggap kurang sesuai dengan kemampuan pengguna. Harga yang ditawarkan hydro coco memang relative lebih tinggi dibandingkan harga yang ditawarkan minuman isotonik sejenisnya. Maka hydro coco dituntut untuk lebih memperhatikan dalam memutuskan harga karena konsumen sangat sensitive

terhadap harga, karena konsumen akan mencari kualitas produk yang bagus dan dengan harga yang rendah.

2. Persepsi responden terhadap keputusan pembelian sudah baik, namun masih ada beberapa yang perlu dilakukan perbaikan yaitu masih minimnya persepsi konsumen tentang keputusan pembelian dalam memilih penyalur. Tentunya kalbe farma harus mampu meyakinkan konsumen dengan cara membangun lokasi pembelian yang berdekatan dengan tempat tinggal konsumen untuk meningkatkan pembelian produk minuman isotonic hydro coco
3. Hasil penelitian menyatakan bahwa penerapan diferensiasi produk berpengaruh secara positif dalam pembentukan keputusan pembelian, maka penulis merekomendasikan agar perusahaan harus tetap menjaga dan mempertahankan penerapan diferensiasi produk yang sudah terbentuk demi meningkatkan keuntungan perusahaan dalam jangka panjang.