

BAB V

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan menggunakan analisis deskriptif dan verifikatif mengenai pengaruh harga dan karakteristik produk terhadap keputusan pembelian (survei pada pengguna mobil MPV merek Toyota Innova) maka berdasarkan penelitian tersebut dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil penelitian menyatakan bahwa harga mobil Toyota Innova berada pada kategori cukup terjangkau. Hal ini menunjukkan bahwa harga mobil Innova cukup baik. Dimensi yang memiliki penilaian paling tinggi yaitu *price list* dan *discount* dengan perolehan skor 1189 atau sebesar 71%. Sedangkan dimensi yang memiliki penilaian paling rendah yaitu *payment period* dengan perolehan skor 553 atau sebesar 66%.
2. Hasil penelitian menyatakan bahwa karakteristik produk pada mobil Toyota Innova berada pada kategori cukup tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa karakteristik produk mobil Innova cukup baik. Dimensi yang memiliki penilaian paling tinggi yaitu *brand* dengan perolehan skor 903 atau sebesar 72%. Sedangkan dimensi yang memiliki penilaian paling rendah yaitu *feature* dengan perolehan skor 572 atau sebesar 68%.
3. Pengaruh karakteristik produk terhadap keputusan pembelian pada anggota *Kaskus Innova Owner Community* dapat dilihat dari dimensi-dimensinya yang terdiri dari *brand* dan *service* yang berada pada kategori cukup tinggi. Temuan tersebut menunjukkan bahwa karakteristik produk mobil Innova dianggap cukup baik. Berdasarkan temuan penelitian dimensi *brand* merupakan dimensi yang memiliki penilaian paling tinggi dalam mempengaruhi keputusan pembelian produk. Dimensi *service* yang menjadi nilai tertinggi dikarenakan Toyota Innova mampu meyakinkan konsumen untuk menjaga dan memenuhi kesepakatan dalam bertransaksi. Dimensi yang memiliki penilaian paling rendah dalam mempengaruhi keputusan pembelian adalah *feature* yang menunjukkan bahwa pemberian informasi pribadi kepada penjual,

melakukan transaksi, serta bersedia untuk mengikuti saran atau permintaan dari penjual tidak penting dalam transaksi penjualan dan diartikan bahwa kepercayaan konsumen terhadap *feedback* akan masukan dan saran dari penjual yang dianggap masih rendah.

4. Harga dan karakteristik produk memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pembelian dengan pengaruh yang cukup tinggi. Temuan tersebut menunjukkan bahwa semakin tinggi penerapan harga dan karakteristik produk, maka semakin tinggi pula keputusan pembelian mobil Innova pada anggota *Kaskus Innova Owner Community*.

5.2 Rekomendasi

Berdasarkan hasil penelitian, penulis merekomendasikan beberapa hal mengenai pengaruh harga dan karakteristik produk terhadap keputusan pembelian, yaitu:

1. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa harga dan karakteristik produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Maka penulis merekomendasikan agar para penjual khususnya pada industri otomotif dapat meningkatkan kembali keputusan pembelian melalui strategi harga dan karakteristik produk. Kendala yang dialami oleh konsumen adalah tingginya harga dan kurangnya informasi karakteristik produk terhadap perdagangan mobil, sedangkan kendala yang dialami penjual adalah membuat para pembeli merasa percaya dan nyaman, semakin percaya konsumen kepada penjual akan membuat semakin berminatnya dalam membeli mobil. Para penjual harus lebih mengupayakan dan memperhatikan faktor harga dan karakteristik produk terhadap keputusan pembelian
2. Penetapan harga yang telah dilakukan pada industri otomotif secara menyeluruh memiliki pengaruh positif dan signifikan serta dikategorikan baik pengaruhnya terhadap keputusan pembelian, tetapi terdapat hal yang perlu dilakukan perbaikan yaitu perlu diperhatikan kembali tentang kredibilitas produk atau informasi yang disebarkan oleh konsumen lain, karena saat ini konsumen akan lebih menganggap

Lusiana Safitri, 2017

ANALISIS KESESUAIAN HARGA DAN KARAKTERISTIK PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Survei pada Anggota Kaskus Innova Owner Community di Bandung)

Universitas Pendidikan Indonesia | \.upi.edu perpustakaan.upi.edu

informasi yang disebarkan oleh konsumen lain lebih kredibel dan dapat diandalkan dibandingkan dengan informasi dari perusahaan itu sendiri. Beberapa konsumen ingin meninjau pendapat konsumen lain setelah menggunakan produk, yang bisa menjadi sebuah *review*. Ulasan konsumen yang positif, dapat berguna untuk *word of mouth* yang dapat menimbulkan minat pembelian bagi perusahaan otomotif tersebut. Peneliti menyarankan keterampilan pemasar profesional di bidang otomotif untuk menciptakan, menjaga penetapan harga produk oleh perusahaan.

3. Tanggapan anggota terhadap indikator-indikator karakteristik produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian dan berada pada tingkat yang cukup tinggi, namun masih terdapat beberapa penilaian anggota terhadap karakteristik produk yang dinilai kurang. Pada karakteristik produk penilaian yang kurang adalah terdapat pada dimensi *feature* yang menunjukkan bahwa pemberian informasi pribadi kepada penjual, melakukan transaksi, serta bersedia untuk mengikuti saran atau permintaan dari penjual tidak penting dalam transaksi penjualan mobil dan diartikan bahwa karakteristik produk dianggap masih rendah. Para penjual memerlukan usaha lebih dalam membentuk kepercayaan pada benak konsumen untuk menumbuhkan keputusan membeli mobil dengan meningkatkan *feature* atau kemampuan penjual, memberikan nilai lebih dalam penjualan.
4. Kelemahan pada penelitian ini diantaranya adalah penelitian yang dilakukan pada satu waktu (*cross sectional*) sehingga ada kemungkinan perilaku individu yang cepat berubah dari waktu ke waktu, selain itu variabel yang digunakan dalam penelitian ini belum mewakili semua faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian. Untuk penelitian selanjutnya disarankan untuk memperbarui kembali teori mengenai harga dan karakteristik produk maupun melakukan penelitian pada objek yang lebih spesifik.

Lusiana Safitri, 2017

ANALISIS KESESUAIAN HARGA DAN KARAKTERISTIK PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Survei pada Anggota Kaskus Innova Owner Community di Bandung)

Universitas Pendidikan Indonesia | \.upi.edu perpustakaan.upi.edu