

BAB V

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti melalui analisis deskriptif dan verifikatif dengan menggunakan regresi berganda yang dilaksanakan mengenai pengaruh penetapan harga dan fitur produk terhadap keputusan pembelian produk mobil Avanza dan Xenia, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Dari tanggapan responden terhadap penetapan harga penilaiannya sudah murah tentang tingkat daya beli responden pada mobil Avanza dan Xenia dengan persepsi responden pada potongan harga khusus (*Allowance*), merupakan indikator tertinggi, yaitu bahwa kepentingan adanya potongan harga untuk konsumen yang telah membeli mobil Avanza atau Xenia namun dalam kondisi kurang normal apabila memang kondisi mobil masih baik dalam mesin dan penggunaannya merupakan indikator yang paling tinggi nilai skornya. Sedangkan untuk skor yang paling rendah yaitu pada indikator harga mobil Avanza atau Xenia untuk type Manual, hal ini cenderung karena memang harga mobil baik Avanza maupun Xenia untuk type manual memang masih mahal dan perbandingan harganya sangat jauh.

Putri Desiana Gunawanti, 2013

Pengaruh Penetapan Harga dan Fitur Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Survei pada Konsumen pengguna mobil Toyota Avanza dan Daihatsu Xenia yang melakukan pembelian dengan sistem kredit di PT Astra Credit Companies di Kota Bandung)

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

Kemudian harga mobil untuk Avanza masih terlalu mahal apabila dibandingkan dengan mobil Xenia karena harga Avanza masih tergolong tinggi dibandingkan dengan Xenia.

2. Dari tanggapan responden terhadap fitur produk sudah menarik, dari persepsi responden terhadap fitur produk pada indikator kepentingan fitur penerapan teknologi audio switch steering, rear parking sensor dan anti lock braking system (ABS) untuk keamanan pada mobil Avanza/Xenia merupakan yang mendapatkan skor tertinggi. Hal ini karena perusahaan Astra dalam menerapkan fitur pada mobil kembar Avanza dan Xenia mengutamakan aspek keamanan dan kenyamanan dalam penggunaannya. Sedangkan untuk perolehan skor yang paling rendah terdapat pada indikator keragaman fitur yaitu ketertarikan dari keragaman type mobil Avanza dan Xenia, hal ini dikarenakan keragaman dari type mobil Avanza dan Xenia dirasakan masih kurang beragam oleh konsumennya.

Fitur produk yang ditawarkan oleh mobil Avanza dan Xenia tergolong baik dan berkualitas, dilihat dari kualitas mesin, desain atau bentuk, warna kendaraan, kelengkapan perlengkapan kendaraan maupun kualitas dilihat dari berbagai cirri khususnya, keiritan bahan bakar, kecepatan, suara mesin, kenyamanan saat dikendarai, kemudahan perawatan, kelengkapan keamanan kendaraan. Maka hal tersebut menjadikan pertimbangan konsumen dalam melakukan pembelian mobil Avanza dan Xenia.

3. Tanggapan responden mengenai keputusan pembelian yang dilakukan konsumen pembeli mobil Avanza dan Xenia berada pada kategori cukup tinggi. Persepsi responden terhadap keputusan pembelian pada distribusi atau *dealer* adalah merupakan indikator yang paling tinggi, hal ini menunjukkan bahwa memang keberadaan *dealer* mobil baik Toyota maupun Daihatsu sudah menyebar di Kota Bandung, tidak terlalu sulit jangkauannya bagi konsumen yang ingin membeli dan memilih langsung mobil Avanza dan atau Xenia yang mereka inginkan. Kemudian pada indikator yang mendapatkan skor terendah adalah *Quantity* yaitu frekuensi keputusan pembelian mobil Avanza atau Xenia dalam kurun waktu dua tahun adalah memang sangat jarang sekali konsumen yang membeli mobil baik Avanza maupun Xenia setiap dua tahun sekali mengganti mobil lamanya dengan yang baru.
4. Penetapan harga dan fitur produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian produk mobil Avanza dan Xenia dengan tingkat korelasi yang tinggi atau kuat.

5.2 Rekomendasi

Berdasarkan hasil penelitian, maka penulis merekomendasikan beberapa hal mengenai penetapan harga dan fitur produk dalam kaitannya untuk meningkatkan keputusan pembelian mobil Avanza atau Xenia, yaitu :

Putri Desiana Gunawanti, 2013

Pengaruh Penetapan Harga dan Fitur Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Survei pada Konsumen pengguna mobil Toyota Avanza dan Daihatsu Xenia yang melakukan pembelian dengan sistem kredit di PT Astra Credit Companies di Kota Bandung)

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

1. Penetapan harga skor paling rendah adalah pada indikator harga mobil Avanza atau Xenia untuk type Manual, hal ini cenderung karena memang harga mobil baik Avanza maupun Xenia untuk type manual memang masih mahal dan perbandingan harganya sangat jauh. Harga mobil untuk Avanza masih terlalu mahal apabila dibandingkan dengan mobil Xenia karena harga Avanza masih tergolong tinggi dibandingkan dengan Xenia. Solusinya adalah sebaiknya Avanza menerapkan harga yang relative lebih murah atau lebih baik Avanza memberikan harga yang sama atau bahkan lebih murah pada tipe dan jenis mobil yang sama dengan Xenia. Karena harga merupakan faktor yang selalu dipertimbangkan oleh konsumen dalam setiap keputusan pembelian.
2. Fitur produk pada mobil Avanza dan Xenia, mendapati skor terkecil pada indikator keragaman fitur yaitu ketertarikan dari keragaman type mobil Avanza dan Xenia, hal ini dikarenakan keragaman dari type mobil Avanza dan Xenia dirasakan masih kurang beragam oleh konsumennya, maka solusinya mobil Avanza dan Xenia sebaiknya lebih menciptakan varian dari keragaman bentuk mobil untuk Avanza dan Xenia misalnya untuk *automatic* bentuknya berbeda dengan yang *manual*. Untuk memberikan kesan bahwa mobil Avanza dan Xenia mobil sejuta umat ini memenuhi jalanan karena memang bentuknya sama padahal type untuk mobilnya

sudah beragam, hanya bentuk saja sama sehingga dinilai monoton oleh konsumennya.

3. Keputusan pembelian produk mobil Avanza dan Xenia mendapati skor terendah yaitu pada indikator *Quantity* yaitu frekuensi keputusan pembelian mobil Avanza atau Xenia dalam kurun waktu dua tahun adalah memang sangat jarang sekali konsumen yang membeli mobil baik Avanza maupun Xenia setiap dua tahun sekali mengganti mobil lamanya dengan yang baru. Dalam hal ini solusinya adalah untuk mobil Avanza dan Xenia harus lebih meyakinkan calon konsumennya untuk secepatnya membeli produk baik dengan cara promosi *event*, iklan, pameran mobil maupun dengan cara pendekatan personal langsung kepada konsumennya.
4. Hasil penelitian menyatakan bahwa penetapan harga dan fitur produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian mobil Avanza dan Xenia, maka penulis merekomendasikan agar Toyota dan Daihatsu tetap menerapkan kerjasama mobil kembar namun dengan harga yang berimbang tidak terlalu jauh perbedaannya, dan fitur produk dalam hal mengembangkan produknya, ditunjang dengan strategi lainnya yang dapat meningkatkan penjualan mobilnya khususnya mobil Avanza dan Xenia.