

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan uraian teori, pengolahan data dan pembahasan pada bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan bahwa :

1. Harga produk radio tape Sharp memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian. Berdasarkan tanggapan responden mengenai variabel harga yang terdiri dari *perceived benefit*, kesesuaian harga, daya beli, dan perbandingan harga dengan pesaing terhadap produk radio tape Sharp. Dapat diketahui indikator yang tertinggi sampai dengan indikator yang terendah. Indikator tertinggi pertama dari variabel harga adalah pada *perceived benefit*, indikator tertinggi kedua adalah kesesuaian harga, pada indikator ketiga adalah perbandingan harga dengan produk pesaing, dan indikator terendah pada variabel harga adalah daya beli.
2. Berdasarkan tanggapan responden mengenai variabel keputusan pembelian yang terdiri dari pemilihan produk, pemilihan merek, pemilihan penyalur dan pengaruh sosial. Dapat diketahui indikator variabel tertinggi sampai dengan indikator variabel terendah. Indikator tertinggi pertama adalah pengaruh sosial, indikator tertinggi kedua adalah pemilihan produk, variabel ketiga adalah pemilihan penyalur, dan indikator terendah adalah pada pemilihan merek.

3. Terdapat pengaruh yang signifikan antar pengaruh harga terhadap keputusan pembelian. Besarnya pengaruh harga terhadap keputusan pembelian, dari hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa besarnya pengaruh harga terhadap keputusan pembelian adalah sebesar 43,3% dipengaruhi oleh harga, dan sisanya sebesar 56,7% dipengaruhi oleh faktor lain, seperti faktor kualitas, merek, fitur produk, faktor situasional, dan faktor personal/*emotional factor* dari konsumen.

5.2 Rekomendasi

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diperoleh dan temuan yang telah dihasilkan, ada beberapa hal yang menjadi rekomendasi berkenaan dengan harga dan keputusan pembelian yang dilakukan oleh produsen radio tape Sharp, antara lain:

- 1.a. Dalam penetapan harga jual produknya agar sesuai dengan daya beli konsumen, karena apabila konsumen sudah memutuskan untuk membeli suatu produk, hal yang diharapkan oleh konsumen adalah akan memperoleh manfaat dan nilai guna yang dapat memuaskan kebutuhannya sesuai dengan harga dan pengorbanan yang dilakukan.
- 1.b. Dalam menghadapi persaingan harga dengan produk pesaing dalam kategori produk yang sama, sebaiknya Sharp dapat memperhatikan dan lebih menekankan pada harga jual yang akan ditetapkan di pasar. Karena hal tersebut sangat berpengaruh pada penjualan produknya

apalagi pada kondisi ekonomi sedang tidak stabil yang mempengaruhi pola konsumsi masyarakat dan daya beli masyarakat.

- 2.a. Dalam penelitian pemilihan merek mempunyai nilai yang rendah oleh karena itu Sharp harus fokus kepada pemeliharaan merek agar upaya untuk meningkatkan citra merek dari Sharp dalam benak masyarakat. Agar pelanggan tetap menyukai produk Sharp khususnya dari radio tape Sharp, salah satu caranya adalah harga jual produk dan adanya pembenahan variasi produk yang dimiliki oleh Sharp agar menimbulkan keinginan untuk membeli produk Sharp.
- 2.b. Untuk meningkatkan pengetahuan dan keinginan konsumen untuk membeli merek Sharp, maka perusahaan perlu mengadakan berbagai kegiatan promosi untuk meningkatkan citra merek Sharp. Apabila tanggapan dari konsumen bagus, terhadap promosi, Sharp dapat memperpanjang jangka waktu pelaksanaan promosi penjualan. Selain itu juga pada waktu tertentu mengadakan program undian dan hadiah pada saat pembelian agar dapat menarik perhatian konsumen untuk membeli khususnya produk radio tape Sharp.
- 2.c. Pengaruh sosial dalam hal ini peranan keluarga, teman, tetangga terbukti mampu mempengaruhi keputusan pembelian, Sehingga hubungan yang baik dengan konsumen perlu dijaga dan diharapkan dapat ditingkatkan melalui program-program pengembangan kemasyarakatan seperti salah satunya *customer relationship*.

