

BAB V

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti melalui analisis deskriptif dan verifikatif dengan menggunakan *path analysis* (analisis jalur), maka berdasarkan penelitian tersebut dapat diambil kesimpulan mengenai pengaruh modifikasi produk terhadap keputusan pembelian bisnis dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Gambaran hasil tanggapan responden terhadap modifikasi produk, yang terdiri dari perbaikan mutu produk, perbaikan fitur produk, perbaikan gaya produk berada pada kategori tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa modifikasi produk telah dilaksanakan dengan baik oleh CV. Bahama Rattan. Dimensi perbaikan fitur produk merupakan dimensi yang paling tinggi pengaruhnya terhadap keputusan pembelian bisnis. Sedangkan dimensi yang paling rendah pengaruhnya terhadap keputusan pembelian bisnis adalah dimensi perbaikan gaya produk.
2. Hasil tanggapan dan responden mengenai keputusan pembelian bisnis yaitu terdiri dari keputusan pembelian yang meliputi: memilih produk, memilih pembayaran, memilih pemasok, memilih waktu pembelian, jumlah pembelian, persyaratan pelayanan. Diketahui gambaran umum tingkat keputusan pembelian bisnis berada dalam kategori tinggi. Secara keseluruhan dimensi dari keputusan pembelian bisnis yang paling mempengaruhi adalah dimensi pemilihan produk. Hal ini bisa dikatakan

Syamsul Huda Mubarak, 2012

Pengaruh Modifikasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Bisnis Furniture

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu

bahwa modifikasi produk mempengaruhi dalam keputusan pembelian yang dilakukan konsumen produk *furniture* rotan CV. Bahama Rattan karena pemilihan produk. Sedangkan dimensi yang pengaruhnya kecil adalah dimensi pemilihan waktu pembelian.

3. Modifikasi produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian bisnis *furniture* rotan. Pengaruh masing-masing sub variabel modifikasi produk terhadap keputusan pembelian bisnis adalah perbaikan mutu produk (X_1) terhadap keputusan pembelian bisnis (Y) yaitu sebesar 0.260. perbaikan fitur produk (X_2) terhadap keputusan pembelian bisnis (Y) yaitu sebesar 0.442 dan perbaikan gaya produk (X_3) terhadap keputusan pembelian bisnis (Y) yaitu sebesar 0.075. Sedangkan secara keseluruhan, modifikasi produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian bisnis sebesar 51,55%. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi proses modifikasi produk yang di jalankan oleh industri *furniture* rotan maka akan semakin tinggi konsumen dalam memutuskan pembelian.

5.2 Rekomendasi

Berdasarkan hasil penelitian, maka penulis merekomendasikan beberapa hal mengenai modifikasi produk dalam kaitannya untuk meningkatkan keputusan pembelian, yaitu:

1. Modifikasi produk dalam upaya untuk meningkatkan keputusan pembelian bisnis terbukti mampu mempengaruhi konsumen membeli *furniture* rotan. sebagai dimensi dengan pengaruh yang paling besar, maka dengan tetap menjaga keunggulan yang terdapat pada dimensi perbaikan fitur produk

furniture diharapkan dapat mengangkat dan meningkatkan keputusan pembelian. Serta senantiasa melakukan perbaikan diantara dimensi yang mengalami beberapa kekurangan mengenai perbaikan yaitu pada dimensi perbaikan mutu dan gaya produk *furniture* untuk meningkatkan kinerja modifikasi produk yang di jalankan oleh CV. Bahama Rattan dalam meningkatkan keputusan pembelian.

2. Keputusan pembelian adalah faktor penting dalam pemasaran karena keputusan pembelian merupakan satu keadaan dimana konsumen berkomitmen untuk melakukan pembelian terhadap suatu produk. Modifikasi produk merupakan salah satu upaya yang dilakukan untuk meningkatkan keputusan pembelian konsumen terbukti mampu mempengaruhi konsumen bisnis membeli produk *furniture* rotan CV. Bahama Rattan berdasarkan keseluruhan dimensi dari keputusan pembelian bisnis yang paling mempengaruhi adalah dimensi pemilihan produk sehingga dapat disimpulkan bahwa pemilihan produk didasarkan pada keberhasilan modifikasi produk yang dijalankan oleh CV. Bahama Rattan yang salah satu dimensinya yaitu perbaikan fitur produk memiliki pengaruh yang tinggi terhadap keputusan pembelian bisnis.
3. Hasil penelitian menyatakan bahwa modifikasi produk *furniture* rotan berpengaruh secara positif dalam meningkatkan keputusan pembelian bisnis, maka penulis merekomendasikan agar perusahaan tetap menjaga, mempertahankan dan meningkatkan kualitas produk *furniture* rotan melalui modifikasi produk *furniture* rotan dengan melakukan perbaikan-

perbaikan serta inovasi-inovasi produk selanjutnya agar meningkatkan keputusan pembelian bisnis. Selain itu, perusahaan mampu mengubah persepsi konsumen melalui strategi modifikasi produk secara menyeluruh sehingga produk *furniture* CV. Bahama Rattan memiliki penilaian yang baik di benak konsumen yang dapat menciptakan kelangsungan hidup perusahaan dengan peningkatan pangsa pasar. Penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi dasar untuk dilakukannya penelitian lain mengenai modifikasi produk terhadap keputusan pembelian bisnis tetapi dengan indikator serta objek yang berbeda.

