

## BAB V

### KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan kajian pustaka berupa teori-teori pendukung, hasil penelitian dengan melakukan wawancara, kuesioner serta pengujian regresi sederhana yang dilakukan untuk mengetahui kinerja multi merek yang terdiri dari harga produk, kualitas produk dan distribusi produk dalam meningkatkan volume penjualan.

1. Tanggapan responden terhadap kinerja multi merek notebook Acer yaitu eMachines dan Gateway sudah **cukup baik**, persepsi responden terhadap kinerja multi merek pada indikator kualitas produk dan faktor distribusi yang paling tinggi yaitu masing-masing sebesar 72,7%, menyangkut 2 hal tersebut yaitu kualitas produk dan faktor distribusi dapat disimpulkan bahwa untuk kualitas produk PT. Acer Indonesia mengeluarkan produk notebook Gateway yang diperuntukan bagi segmen pengguna multimedia sehingga spesifikasi yang dikeluarkan notebook gateway mendukung untuk keperluan program grafis hingga untuk program permainan (game) yang membutuhkan kinerja yang super cepat, sedangkan notebook eMachines memberikan kesempatan akses teknologi yang luas bagi para pengguna dengan sistem *Small Office Home Office (SOHO)*. Sedangkan untuk faktor produksi PT. Acer Indonesia mempunyai 16 distributor yang tersebar di seluruh kota-kota besar di Indonesia, di Bandung terdapat 2 distributor yaitu Elkomindo dan 3G Power.

2. Tanggapan responden terhadap volume penjualan sudah **cukup baik**, persepsi responden terhadap volume penjualan pada efektifitas penjualan merupakan indikator yang paling tinggi yaitu sebesar 72,1%, hal ini dikarenakan PT. Acer Indonesia selalu melakukan kerjasama dan membina perkembangan bisnis dengan mitra kerja atau distributor dan para retail Acer dalam meningkatkan penjualan produk-produk dari Acer seperti melakukan program undian, penetapan harga produk-produk Acer yang terjangkau konsumen dan mengadakan layanan pasca jual.
3. Penerapan kinerja multi merek berpengaruh terhadap volume penjualan notebook multi merek, sebesar 55,4% yang termasuk dalam kategori cukup/sedang.

## 5.2 Rekomendasi

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh dari temuan yang telah dihasilkan terdapat hal-hal yang dianggap masih perlu ditingkatkan atau belum optimal, maka penulis menyarankan hal-hal sebagai berikut dengan harapan dapat memberikan masukan bagi kemajuan dan perkembangan kinerja multi merek notebook Acer yaitu eMachines dan Gateway.

1. Penerapan kinerja multi merek pada notebook eMachines dan Gateway masih terdapat beberapa tanggapan responden yang masih menghasilkan nilai yang kurang baik atau perlu untuk ditingkatkan lagi, yaitu pada item pertanyaan tentang tanggapan penjual terhadap respon pembeli dengan penerapan harga tinggi sebesar 41,43% maka perusahaan harus lebih bijaksana dalam

menerapkan harga tinggi seperti yang dinyatakan oleh Kotler dan Amstrong (2010:9) bahwa menetapkan harga yang tinggi untuk menemukan “mengambil sebagian/skin” jika produk baru ditemukan. Mengambil sebagian pasar layak dilakukan di bawah kondisi-kondisi tertentu. Pertama, kualitas dan citra produk tersebut harus mampu mendukung penjualan dengan harga tinggi, dan harus cukup banyak pembeli yang menginginkan produk tersebut dengan harga cukup tinggi, kedua biaya memproduksi dalam volume yang lebih kecil tidak boleh terlalu tinggi sehingga biaya tersebut tidak menghalangi keuntungan yang diperoleh dari memasang harga tinggi, ketiga para pesaing tidak mudah untuk masuk ke pasar dan memotong harga tinggi tersebut;

2. Tanggapan penjual terhadap prestise konsumen bila membeli dengan harga tinggi sebesar 42,14% maka perusahaan harus lebih cermat dalam menetapkan harga tinggi untuk mendapatkan kesan prestise pada pembeli seperti yang dinyatakan oleh Perreault dan McCharty (2008:124) harga prestige mengacu pada praktek jangka pendek dalam menerapkan harga tinggi untuk suatu produk, harga tinggi adalah bagian dari harga skimming. Hal ini dilakukan untuk membangkitkan persepsi kualitas dan prestise dengan produk atau jasa.
3. Tanggapan penjual terhadap tingkat harga pesaing yang memproduksi produk yang sama sebesar 57,86% maka sebuah perusahaan harus lebih memperhatikan kebijaksanaan perusahaan lain dalam menerapkan harga seperti yang dinyatakan oleh Komaruddin Sastradipoera (2003:143) ketika

manager menetapkan harga, maka ia perlu memberikan perhatian dan pertimbangan khusus terhadap derajat persaingan yang terjadi di pasar barang dan jasa yang dipasarkannya.

4. Tanggapan penjual terhadap tingkat kemampuan distributor dalam menyediakan produk yang akan dijual sebesar 57,9% maka perusahaan harus lebih meningkatkan kerjasamanya lagi dengan pihak distributor dengan pihak-pihak yang terlibat dalam proses menyediakan produknya seperti yang dinyatakan oleh Zimmerer (2005:76) bahwa kerjasama distributor dengan pihak-pihak yang mendukung proses distribusi suatu barang sangat diperlukan untuk memperlancar arus barang dari produsen ke konsumen akhir.
5. Berdasarkan hasil penelitian terdapat beberapa tanggapan yang baik yang perlu dipertahankan dan ditingkatkan seperti tanggapan penjualan terhadap tingkat penilaian konsumen dengan harga tinggi tetapi kualitas produk juga tinggi; tanggapan penjual dengan menerapkan harga rendah kepada pembeli sehingga pembeli mendapat keuntungan seperti potongan harga; tanggapan penjual terhadap daya beli konsumen pada produk notebook multi merek dengan harga tinggi tetapi kualitas tinggi; tanggapan penjual terhadap daya beli konsumen pada produk notebook multi merek dengan menerapkan harga rendah; tanggapan penjual jika permintaan notebook multi merek meningkat maka harganya pun layak untuk dinaikkan; tanggapan penjual jika permintaan notebook multi merek menurun maka harganya pun layak untuk diturunkan; tanggapan penjual terhadap ketertarikan konsumen dengan produk kualitas

tinggi; tanggapan penjual terhadap manfaat yang diberikan kepada konsumen dengan menggunakan produk notebook multi merek dengan kualitas tinggi; tanggapan penjual terhadap ketertarikan konsumen dengan kualitas produk notebook multi merek yang sesuai harga; tanggapan penjual terhadap kualitas produk pesaing; tanggapan penjual terhadap tingkat kenyamanan produk dalam menggunakan teknologi notebook multi merek (emachines dan gateway) kepada konsumen; tanggapan penjual terhadap kemudahan dalam menggunakan teknologi notebook multi merek (emachines dan gateway) kepada konsumen; tanggapan penjual terhadap tingkat jumlah toko-toko yang menjual produk notebook multi merek; tanggapan penjual terhadap distributor dalam menangani pemesanan produk (emachines dan gateway) kepada toko-toko penjualan; tanggapan penjual terhadap kemampuan distributor dalam melaksanakan ketepatan jumlah produk yang dipesan dengan yang dikirim; tanggapan penjual terhadap kemampuan distributor dalam melaksanakan pemesanan produk dalam ketepatan waktu pengiriman barang; tanggapan toko-toko penjualan mengenai keuntungan dari penjualan; tanggapan toko-toko penjualan mengenai jumlah produk yang dijual; tanggapan penjual terhadap persentase keefektifan dari penjualan produk notebook multi merek (emachines dan gateway); tanggapan penjual terhadap target penjualan produk multi merek (emachines dan gateway) yang ingin dicapai pada periode tertentu (per bulan); tanggapan penjual terhadap target penjualan produk

notebook multi merek (emachines dan gateway) sudah memenuhi target penjualan pada toko anda.

6. Berdasarkan hasil penelitian terdapat beberapa tanggapan penjual yang sangat baik yang perlu dipertahankan seperti tanggapan penjual dengan menerapkan harga rendah akan membuat pembeli tertarik untuk membeli produk dan tanggapan penjual terhadap persentase keefektifan dari penjualan produk notebook multi merek sebagai akibat dari kegiatan promosi toko-toko penjualan itu sendiri.

