

BAB V

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

5.1 Kesimpulan

1. Gambaran Atribut produk biskuit Khong Guan menurut responden, sebagian besar menyatakan baik, untuk seluruh butir pertanyaan.
 - a. Kualitas produk, sebagian besar responden menyatakan baik, yang dianggap paling baik dari segi kualitas adalah tingkat keawetan biskuit dengan skor 420 atau sekitar 84%, tetapi walaupun begitu ada beberapa orang responden yang menyatakan tidak baik. Sedangkan yang paling rendah kualitasnya menurut responden adalah kelezatan biskuit dengan skor 299 atau sekitar 59,8%.
 - b. Fitur produk, sebagian besar responden menyatakan bahwa fitur produk biskuit Khong Guan adalah baik, terutama yang dianggap paling baik adalah kesesuaian tampilan produk biskuit Khong Guan yang dimiliki dengan skor 420 atau sekitar 84%, tetapi ada beberapa responden yang menyatakan fitur produk biskuit Khong Guan tidak baik. Sedangkan yang paling buruk mengenai fitur produk yaitu keragaman ukuran yang tersedia dengan skor 304 atau sekitar 60,80%.
 - c. Untuk rancangan produk biskuit Khong Guan, sebagian besar responden menyatakan baik, terutama dalam hal kemenarikan kata-kata desain dengan skor 416 atau sekitar 83,20%, tetapi masih ada beberapa orang responden yang menyatakan tidak baik. Sedangkan yang paling buruk dari segi kemenarikan bentuk desain produk dengan skor 252 atau sekitar 50,40%

2. Berdasarkan hasil tanggapan responden terhadap keputusan pembelian yang terdiri dari pemilihan produk, pemilihan merek, pemilihan saluran pembelian, pemilihan waktu pembelian dan jumlah pembelian semuanya mendapatkan respon positif dan nilai yang tinggi terutama dalam hal pemilihan saluran pembelian yaitu sebesar 77,33%. Sedangkan yang mendapatkan penilaian paling rendah terutama dalam hal jumlah pembelian yaitu sebesar 61,30%.
3. a. Atribut produk dengan keputusan pembelian mempunyai hubungan yang positif dan **sangat kuat** yaitu sebesar 0,811, artinya menunjukkan hubungan antara kedua variabel tersebut berbanding lurus. Hal ini berarti bahwa semakin tinggi atribut produk, maka akan semakin tinggi minatnya untuk melakukan keputusan pada penggunaan biskuit Khong Guan. Begitu juga sebaliknya jika atribut produk kurang, maka akan berdampak pada keputusan penggunaan biskuit Khong Guan kurang pula.
- b. Variabel independen yaitu atribut produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian (Y) yaitu sebesar 65,77% keputusan pembelian dipengaruhi oleh atribut produk dan 34,23% dipengaruhi oleh faktor lain, dengan kata lain H_0 di tolak dan H_1 diterima karena $t_{hitung} >$ dari t_{tabel} ($120,84 > 1,894$).

5.2 Rekomendasi

1. a. Apabila dilihat dari kualitas produk yang perlu diperhatikan berdasarkan hasil penelitian adalah mengenai kelezatan biskuit Khong Guan yang mendapatkan nilai paling rendah bila dibandingkan dengan yang lain.

Oleh karena itu setiap perusahaan biskuit khususnya biskuit Khong Guan hendaknya lebih memperhatikan kualitas terutama dalam segi rasa.

- b. Dilihat dari fitur produk, yang perlu ditingkatkan lagi dan diperhatikan lebih serius lagi oleh perusahaan adalah dalam hal ukuran biskuit Khong Guan kita ketahui bahwa kebanyakan ukuran biskuit Khong Guan dalam bentuk kaleng (besar) sedangkan kebutuhan konsumen berbeda-beda sehingga perlu adanya inovasi dalam bentuk ukuran (kemasan).
- c. Sedangkan dilihat dari segi desain yang perlu ditingkatkan dan diperhatikan oleh perusahaan adalah dalam hal desain biskuit Khong Guan. Kita ketahui bahwa salah satu dari ciri dari desain produk adalah rancangan produk yang menarik.

Kotler dan Amstrong 2002:354 berpendapat bahwa kualitas produk adalah kemampuan produk untuk melaksanakan fungsinya, termasuk di dalamnya keawetan, keandalan, ketepatan, kemudahan dipergunakan dan diperbaiki serta atribut bernilai yang lain.

2. a. Dalam hal pemilihan produk yang perlu ditingkatkan adalah dalam hal pemilihan (perbandingan) terhadap produk. Dalam hal ini perusahaan harus bisa meningkatkan lagi sehingga konsumen hanya memilih produk biskuit Khong Guan.
- b. Pemilihan merek, yang juga perlu diperhatikan dan ditingkatkan adalah dalam hal kebiasaan terhadap merek. Dalam hal ini perusahaan harus bisa mempengaruhi konsumen agar memilih biskuit Khong Guan.
- c. Dalam hal pemilihan saluran pembeian yang perlu ditingkatkan adalah dalam hal tingkat persediaan barang dalam hal ini perusahaan harus bisa lebih memperhatikan lagi.

- d. Pemilihan waktu pembelian yang perlu ditingkatkan adalah dalam hal kesesuaian alternatif pilihan hal ini sesuai dengan pendapat Buchari Alma (2000:97) tentang motif pembelian konsumen salah satunya adalah *primary buying motive* dan *selective buying motive*. Artinya pembelian didasarkan motif yang sebenarnya dan pemilihan berdasarkan rasio.
 - e. Sedangkan dalam hal jumlah pembelian yang perlu diperhatikan dan ditingkatkan adalah dalam hal keputusan pembelian konsumen dalam. Hal ini sesuai dengan pendapat Kotler (2000:226) menyebutkan bahwa :
"Keputusan pembelian adalah tahap dalam proses pengambilan keputusan membeli dimana konsumen benar-benar membeli produk".
Keputusan untuk membeli timbul dikarenakan adanya penilaian yang objektif atau karena dorongan emosi. Keputusan untuk bertindak adalah hasil dari serangkaian aktivitas dan rangsangan mental serta emosional.
3. Hasil korelasi yang diperoleh menunjukkan bahwa antara atribut produk dengan keputusan pembelian memiliki hubungan yang sangat kuat dan memiliki pengaruh yang positif akan tetapi masih termasuk dalam kategori sedang. Untuk itu produsen harus benar-benar lebih memperbaiki atribut produk secara keseluruhan baik kualitas, fitur maupun desain produk agar konsumen tidak mempertimbangkan hal lain selain atribut produk karena konsumen memperoleh sesuatu yang lebih dari atribut produk.