

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai hubungan kualitas produk deterjen krim Bukrim dengan keputusan pembelian konsumen di daerah Batununggal Kelurahan Batununggal Bandung Kidul, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Gambaran kualitas produk deterjen krim Bukrim menurut persepsi konsumen dinilai sudah baik. Hal tersebut ditunjukkan oleh jawaban konsumen selaku responden penelitian di daerah Batununggal Kelurahan Batununggal Bandung Kidul terhadap unsur kualitas produk deterjen krim Bukrim yang terdiri dari *performance, feature, reliability, conformance to specifications, durability, serviceability, aesthetics, dan perceived quality*, yang secara umum berada pada kategori tinggi. Penilaian tertinggi diberikan kepada unsur kesesuaian dengan spesifikasi yakni kemudahan penggunaan, manfaat yang dirasakan, daya tarik kemasan produk, hingga kepada citra merek produk yang dinilai cukup baik.
2. Penilaian pengguna deterjen krim Bukrim di daerah Batununggal Kelurahan Batununggal Bandung Kidul terhadap keputusan pembelian konsumen dilihat dari pemilihan produk, merek, saluran pembelian, waktu pembelian, dan jumlah pembelian termasuk pada kategori tinggi. Tingkat keputusan pembelian sangat tinggi terlihat pada tingkat pemilihan saluran pembelian dengan skor rata-rata tertinggi karena kemudahan pencarian

produk yang tersedia di manapun dari mulai warung/toko terdekat sampai dengan supermarket, namun pemilihan jumlah pembelian memperoleh skor terendah yang berarti pelanggan hanya membeli deterjen krim Bukrim sewaktu-waktu dengan jumlah yang sedikit sesuai dengan kebutuhan.

3. Adanya hubungan yang positif dan signifikan dengan tingkat korelasi yang kuat antara kualitas produk deterjen krim Bukrim dengan keputusan pembelian konsumen. Koefisien korelasi Rank Spearman antara kualitas produk deterjen krim Bukrim dengan keputusan pembelian konsumen sebesar 0,610. Temuan dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa alasan utama konsumen menggunakan deterjen krim Bukrim disebabkan kualitasnya yang baik selain itu juga kemudahan dalam mendapatkan produk dan lain sebagainya.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan hasil penelitian mengenai hubungan kualitas produk deterjen krim Bukrim dengan keputusan pembelian konsumen di daerah Batununggal Kelurahan Batununggal Bandung Kidul, maka untuk mencapai tujuan perusahaan dengan peningkatan terhadap kualitas produk deterjen krim Bukrim dan meningkatkan keputusan pembelian konsumen peneliti mengajukan saran yang dapat menjadi pertimbangan bagi perusahaan dalam menentukan strategi produk deterjen krim Bukrim yaitu sebagai berikut :

1. Melakukan terobosan-terobosan sehingga deterjen krim Bukrim lebih dapat dikenal oleh konsumen dan lebih bermanfaat. Peningkatan kualitas dengan cara membuat kemasan yang lebih bervariasi sehingga menarik minat konsumen dalam melakukan pembelian, serta mengenalkannya kepada konsumen dengan meningkatkan penyampaian informasi kepada konsumen melalui media elektronik (TV, dan Internet) dan media cetak (Koran, Majalah dan Billboard), karena saat ini media elektronik dan cetak merupakan media informasi yang diminati sebagian besar konsumen Indonesia yang cenderung merupakan konsumen yang melakukan pencarian informasi secara pasif.
2. Peningkatan efektifitas semua dimensi kualitas produk secara selaras dimana dimensi kualitas produk yang satu mempengaruhi efektivitas dimensi kualitas produk lainnya disarankan dapat meningkatkan keputusan pembelian konsumen. Peningkatan dilakukan dengan cara meningkatkan lagi kehandalan produk, kemudahan penggunaan, sehingga manfaat yang dirasakan konsumen dapat meningkat pula.
3. Penyesuaian antara harapan konsumen dan kenyataan yang dirasakan seperti: peningkatan daya tahan produk, pengembangan ukuran dan kemenarikan kemasan, kecepatan pelayanan dan penanganan keluhan dan saran konsumen, sehingga citra merek dan tingkat tanggung jawab perusahaan terhadap produknya dapat dinilai semakin baik dimata konsumen.

4. Perusahaan dapat menciptakan kualitas produk yang baik agar kepercayaan pelanggan semakin bertambah terhadap kinerja produk dan konsumen semakin menyadari keunggulan produk sehingga diharapkan dengan kualitas produk yang unggul dapat mendorong terciptanya peningkatan keputusan pembelian.
5. Penelitian berikutnya diharapkan peneliti melakukan studi terhadap deterjen krim Bukrim secara lebih luas dari berbagai aspek pemasaran seperti merek produk, promosi produk, harga produk, dan lain sebagainya, sehingga dapat memberikan hasil yang maksimal dan kontribusi yang maksimal pula untuk peneliti dan perusahaan.

