

BAB V

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh fitur produk dan penetrasi harga terhadap proses keputusan pembelian maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut.

1. Tanggapan mengenai fitur produk *classmate PC* Axioo dan Zyrex, secara keseluruhan dinilai baik oleh responden. Penilaian tertinggi diperoleh aspek inovasi fitur mengenai *Solid State Disk*, hal tersebut dikarenakan inovasi fitur *solid state disk* menambah kekuatan penyimpanan data pada *harddisk* dan lebih tahan banting. Sedangkan penilaian terendah diperoleh aspek variasi fitur mengenai penggunaan sistem operasi Linux pada *classmate PC* Axioo dan Zyrex, hal ini dikarenakan para pengguna cenderung terbiasa dengan Windows dari pada Linux.
2. Tanggapan mengenai penetrasi harga yang dilakukan Axioo dan Zyrex pada produk *classmate PC* secara keseluruhan dinilai baik oleh responden. Penilaian tertinggi diperoleh aspek *restrained price* mengenai harga *classmate PC* dengan kelengkapan sistem operasi, hal ini menunjukkan bahwa harga *classmate PC* Axioo dan Zyrex dengan kelengkapan OS Linux mendorong konsumen dalam proses keputusan pembelian. Sedangkan penilaian terendah diperoleh aspek kesesuaian harga dengan keistimewaan fitur pada dimensi *keep-out price*.
3. Tingkat proses keputusan pembelian *classmate PC* Axioo dan Zyrex secara keseluruhan baik. Aspek yang memperoleh penilaian tertinggi adalah pada

tahap evaluasi alternatif, hal ini dikarenakan rasa tertarik konsumen bertambah karena *classmate PC* memiliki fitur produk yang baik. Sedangkan aspek yang memperoleh nilai terendah adalah Waktu pembelian berdasarkan adanya penawaran langsung melalui *e-mail* atau telepon. Hal ini dikarenakan pengguna *classmate PC* lebih tertarik untuk melihat atau datang ke toko secara langsung.

4. Pengaruh fitur produk (X1) terhadap proses keputusan pembelian (Y) *classmate PC* Axioo dan Zyrex di BEC berada pada kategori kuat. Di antara seluruh dimensi, keistimewaan fitur memiliki pengaruh terbesar karena fitur yang istimewa mempengaruhi konsumen untuk melakukan pembelian. Sedangkan dimensi inovasi fitur memberikan pengaruh terkecil, hal tersebut dikarenakan jika inovasi fitur harus didukung dengan keistimewaan fitur agar pengaruhnya terhadap keputusan pembelian menjadi lebih besar.
5. Pengaruh pemilihan penetrasi harga (X2) terhadap proses keputusan pembelian (Y) *classmate PC* Axioo dan Zyrex di BEC berada pada kategori kuat. Dari seluruh dimensi, *keep-out price* memiliki pengaruh terbesar karena harga murah yang dapat mencegah pesaing masuk dan sesuai dengan fitur, mendorong konsumen untuk melakukan pembelian, sedangkan dimensi *restrained price* memberikan pengaruh terkecil terhadap proses keputusan pembelian.
6. Pengaruh fitur produk (X1) dan penetrasi harga (X2) terhadap proses keputusan pembelian (Y) *classmate PC* Axioo dan Zyrex di BEC berada pada kategori sangat kuat yaitu sebesar 83,39%

5.2 Rekomendasi

Berdasarkan hasil penelitian, maka penulis meyarankan beberapa hal mengenai fitur produk dan penetrasi harga agar dapat meningkatkan jumlah konsumen, yaitu:

1. Fitur produk merupakan bagian dari atribut produk yang membedakan produk satu dengan produk yang lainnya. Manfaat dari fitur produk ini adalah salah satunya sebagai strategi paling efektif dalam memenangkan persaingan yang dapat meningkatkan keputusan pembelian. Berdasarkan hasil penelitian bahwa dimensi inovasi fitur memiliki pengaruh terkecil. Oleh karena itu Axioo dan Zyrex sebaiknya memperhatikan dan meningkatkan inovasi fitur pada *classmate PC* agar lebih inovatif, contohnya inovasi dalam chasing yang dapat di ganti dengan pilihan warna dan bentuk yang berbeda.
2. Penetrasi harga merupakan salah satu strategi penetapan harga untuk produk baru guna meningkatkan pangsa pasar dan penjualan. Penetrasi harga merupakan strategi harga murah di bawah harga pasar yang dapat mencegah dan mengurangi pesaing masuk ke pasar. Oleh karena itu Axioo dan Zyrex lebih memperhatikan kesesuaian harga dengan produk yang ditawarkan terutama *classmate PC* yang memiliki fitur melimpah.
3. Berdasarkan hasil penelitian menyatakan bahwa fitur produk dan penetrasi harga memberi pengaruh yang positif terhadap proses keputusan pembelian, maka penulis merekomendasikan agar Axioo dan Zyrex harus tetap mempertahankan strategi fitur produk dan penetrasi harga yang telah digunakan sehingga dapat diketahui seberapa efektif strategi tersebut dapat digunakan.

4. Peneliti merekomendasikan bahwa untuk meningkatkan jumlah pengguna diharapkan perusahaan untuk meningkatkan pelayanan kepada konsumen, contohnya garansi, layanan perbaikan dan layanan *upgrade*.
5. Untuk keperluan penelitian selanjutnya, hendaknya diteliti pengaruh yang membedakan angka penjualan atau jumlah pengguna *classmate PC* antara Axioo Classmate PC dengan Zyrex Anoa yang tidak diteliti dalam penelitian ini, contohnya desain produk, *customer service* dan promosi

