

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan untuk mengetahui pengaruh atribut produk dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Atribut mobil Nissan X-Trail yang terdiri dari indikator keragaman produk, kualitas produk, desain produk, fitur produk, nama merek dan pelayanan secara umum sudah baik, terutama untuk indikator kualitas produk. Hal ini menandakan bahwa responden menganggap atribut produk yang dimiliki mobil Nissan X-Trail sudah sesuai dengan harapan mereka.
2. Persepsi harga mobil Nissan X-Trail yang terdiri dari indikator persepsi kualitas dan persepsi biaya yang dikeluarkan secara umum sudah baik, terutama untuk indikator persepsi kualitas. Hal ini menandakan bahwa responden memiliki persepsi yang baik terhadap harga mobil Nissan X-Trail.
3. Keputusan pembelian mobil Nissan X-Trail, yang terdiri dari indikator pilihan produk, pilihan merek, pilihan dealer, waktu pembelian dan metode pembayaran secara umum sudah tepat. Hal ini menandakan bahwa responden selalu mempertimbangkan kelima indikator tersebut dalam pengambilan keputusan pembelian mobil Nissan X-Trail, terutama pemilihan waktu pembelian dan pemilihan dealer.
4. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa secara parsial atribut produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian mobil Nissan X-Trail.

5. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa secara parsial persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian mobil Nissan X-Trail.
6. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa secara simultan atribut produk dan persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian mobil Nissan X-Trail.

## 5.2. Saran

Berdasarkan hasil kesimpulan penelitian mengenai pengaruh atribut produk dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian mobil Nissan X-Trail, peneliti mengajukan beberapa saran yang dapat menjadi bahan pertimbangan bagi pihak manajemen dalam menentukan kebijakan yang berkaitan dengan strategi produk dan strategi harga dalam rangka meningkatkan volume penjualan mobil Nissan X-Trail:

1. Berdasarkan tanggapan responden mengenai atribut produk mobil Nissan X-Trail, bagian yang dirasa memiliki kekurangan adalah tingkat kemudahan responden dalam mengingat nama merek mobil Nissan X-Trail. Oleh karena itu penulis menyarankan agar perusahaan melakukan strategi yang berkaitan dengan *brand image* Nissan X-Trail, melalui kegiatan promosi dan iklan.
2. Berdasarkan tanggapan responden mengenai persepsi harga mobil Nissan X-Trail, bagian yang dirasa memiliki kekurangan adalah persepsi responden terhadap biaya pajak. Sebagian responden masih menganggap mobil Nissan X-Trail adalah mobil impor, sehingga persepsi yang muncul adalah harga yang lebih mahal terutama jika dibandingkan dengan produk mobil Jepang

yang lain. Oleh karena itu penulis menyarankan agar perusahaan agar lebih mampu mengkomunikasikan produknya bahwa mobil Nissan X-Trail telah dirakit di Indonesia, sehingga konsumen akan memiliki persepsi yang baik terhadap harga yang diterapkan.

3. Berdasarkan tanggapan responden mengenai keputusan pembelian mobil Nissan X-Trail, bagian yang dirasa memiliki kekurangan adalah tingkat keragaman metode pembayaran. Oleh karena itu penulis menyarankan agar pihak perusahaan dapat menjalin kerjasama dengan lebih banyak *leasing* (lembaga keuangan) sehingga konsumen memiliki lebih banyak pilihan dalam melakukan pembayaran.
4. Saran untuk penelitian selanjutnya diharapkan agar penelitian tidak hanya dilakukan pada konsep produk dan harga, namun lebih dikembangkan lagi dengan melakukan penelitian mengenai periklanan dan kesadaran merek.