

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

1. Dengan melihat karakteristik jawaban responden mengenai Kebijakan Penetapan Harga CV.Bintang Snack di Bandung, dimana jawaban responden dikategorikan “positif”, yaitu mayoritas jawaban bernilai/mempunyai skor 3, 4 dan 5. Artinya bahwa pandangan responden mengenai Brand Kebijakan Penetapan Harga CV.Bintang Snack di Bandung sudah cukup baik, dimana responden memberikan tanggapan positif terhadap kesesuaian harga produk CV.Bintang Snack dengan banyaknya jenis produk dalam kemasan, kualitas bahan baku produknya, ukuran satuan produknya, kenakeragaman aroma dan rasa produknya dan dengan biaya kualitas kemasan produknya. Selain itu responden juga menilai harga produk yang ditawarkan CV. Bintang Snack dapat dijangkau oleh konsumen, sesuai dengan manfaat produknya, gaya hidup konsumen dalam mengkonsumsi produk dan sesuai dengan segmentasi pasarnya. Hal lainnya adalah harga satuan produk relatif lebih murah, perubahan harga produk relatif lebih konstan, memberikan *discount* harga produk yang lebih menarik dan memberikan harga paket produk yang lebih beragam dibanding pesaing.
2. Keputusan pembelian Konsumen CV. Bintang Snack Di Bandung secara umum cukup baik dimana jawaban responden juga dikategorikan positif,

yaitu mayoritas jawaban bernilai/skor 3, 4 dan 5. Artinya kecenderungan konsumen untuk membeli produk CV. Bintang Snack cukup tinggi. dimana konsumen mengetahui tentang produk yang ditawarkan CV. Bintang Snack, berminat mengetahui lebih dalam mengenai produk CV. Bintang Snack, tertarik dan ingin mencoba membeli produk CV. Bintang Snack hingga memutuskan untuk membeli produk yang ditawarkan CV. Bintang Snack.

3. Berdasarkan pengujian statistik, dapat ditarik kesimpulan bahwa dengan resiko kesalahan sebesar 5 %, terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel *Kebijakan Penetapan Harga* terhadap *Keputusan Pembelian Konsumen* CV. Bintang Snack di Bandung (Y) dimana persamaan regresinya :

$$\hat{Y} = -14,356 + 0,494X$$

Arah keberpengaruhan antara variabel brand image terhadap keputusan pembelian adalah positif, hal ini dapat dilihat dari nilai koefisien regresi (b_1) yang bertanda positif. Sehingga dapat disimpulkan bahwa *semakin baik Kebijakan Penetapan Harga maka akan semakin meningkat pula keputusan pembelian Konsumen CV. Bintang Snack di Bandung.*

Sedangkan besarnya pengaruh antara *Kebijakan Penetapan Harga* terhadap *Keputusan pembelian Konsumen (Y)* CV. Bintang Snack di Bandung. dapat dilihat dari nilai koefisien determinasi (KD) sebesar 63,01%. Hal ini berarti 63,01% perubahan-perubahan *Keputusan Pembelian Konsumen* CV. Bintang Snack di Bandung dipengaruhi oleh

Kebijakan Penetapan Harga produk tersebut. Sedangkan sebesar 36,99% *Keputusan Pembelian* dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian.

5.2. Saran

1. Perlu dilakukan promosi dan pemasangan iklan yang lebih giat untuk menambah image serta mampu menarik pelanggan sebanyak-banyaknya. Hal ini juga untuk melawan persaingan dalam penjualan dengan produk snack lainnya.
2. Perusahaan perlu melakukan inovasi-inovasi terbaru yang dapat menarik minat pembeli khususnya dalam hal kualitas, warna, rasa/bau dan pengembangan produk sehingga CV. Bintang Snack mempunyai ciri khas tersendiri baik dari segi kualitas rasanya, baunya/aromanya maupun dari segi kemasannya.
3. CV. Bintang Snack perlu melakukan evaluasi tahunan, terutama mengenai *customer satisfaction* (kepuasan pelanggan) dalam menggunakan produknya sehingga diharapkan adanya informasi yang diterima oleh perusahaan mengenai keluhan dan kepuasan oleh konsumen selama ini yang dijadikan dasar untuk melakukan perubahan kebijakan lebih lanjut, tidak hanya kebijakan mengenai harga saja akan tetapi juga peningkatan kualitas produk itu sendiri dalam rangka meningkatkan *image* perusahaan serta meningkatkan nilai penjualannya.