

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan data dan penelitian yang telah dilakukan di Rammona Bakery, maka dapat dikemukakan beberapa kesimpulan dan saran mengenai pengaruh persepsi harga yang dilakukan Rammona Bakery terhadap persepsi kualitas produk roti Rammona Bakery, serta diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi perusahaan.

5.1 Kesimpulan

1. Pengaruh Persepsi Harga terhadap Persepsi Kualitas Produk Roti Rammona Bakery dapat terlihat dari :
 - Nilai signifikansi dari perhitungan antara variabel X (Persepsi Harga) dan variabel Y (Persepsi Kualitas Produk) diperoleh signifikansi sebesar 0,000 karena $0,000 < 0,05$ maka hal ini berarti H_0 ditolak, H_1 diterima. Artinya, koefisien regresi signifikan atau persepsi harga benar-benar berpengaruh secara signifikan terhadap persepsi kualitas produk. Pada kedua variabel tersebut menunjukkan apabila terjadi peningkatan atau penurunan pada variabel X maka akan diikuti dengan peningkatan atau penurunan variabel Y, sehingga hal ini menunjukkan pengaruh yang searah dan positif antara kedua variabel tersebut yaitu antara Persepsi Harga yang dilakukan Rammona Bakery dengan Persepsi Kualitas Produk Roti Rammona Bakery.

- Besarnya pengaruh Persepsi Harga terhadap Persepsi Kualitas Produk sebesar 0,191 yang berarti persepsi harga memiliki pengaruh sebesar 19,1% terhadap persepsi kualitas produk, sedangkan sisanya 80,9% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain.
2. Pada umumnya respon konsumen terhadap persepsi harga yang dilakukan Rammona Bakery sudah cukup baik. Hal ini dapat terlihat dari hasil kuesioner dimana sebagian besar responden memberikan pernyataan setuju mengenai persepsi harga yang dilakukan Rammona Bakery terhadap Persepsi Kualitas Produk Roti Rammona Bakery.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian terdapat beberapa saran yang diharapkan dapat bermanfaat bagi kemajuan perusahaan. Saran-saran tersebut adalah:

1. Mengingat banyaknya pesaing dipasaran yang dihadapi oleh Rammona Bakery maka perusahaan harus dapat mempertahankan dan meningkatkan mutu / kualitas dari produk yang dihasilkan agar tetap sesuai dengan harga yang ditawarkan kepada konsumennya.
2. Perusahaan harus tetap melakukan persepsi harga yang sesuai dengan kualitas produk yang ditawarkan, namun tidak mengurangi laba perusahaan, sehingga konsumen tertarik untuk membeli produk yang ditawarkan oleh perusahaan.
3. Perusahaan juga harus tetap mempertahankan persepsi harga yang cenderung memberikan keuntungan bagi konsumennya sehingga

konsumen dapat tetap tertarik untuk melakukan pembelian produk perusahaan.

4. Persepsi harga yang telah ditetapkan perusahaan harus ditinjau secara periodik. Hal ini perlu diperhatikan mengingat pada saat ini tingkat persaingan cukup tinggi, sehingga perusahaan harus terus meninjau kembali persepsi harga yang lebih baik tanpa mengurangi kualitas produk.. Untuk itu Rammona Bakery harus mampu menciptakan keunggulan bersaing dengan mencoba lebih memvariasikan keunggulan marketing mix yang dimilikinya.
5. Perusahaan harus dapat lebih mengkomunikasikan persepsi harganya dimana hal ini merupakan upaya agar konsumen dapat lebih mengetahui dan mengerti persepsi harga yang ditetapkan perusahaan sehingga dapat lebih membentuk hubungan yang baik antara pelanggan dengan perusahaan.
6. Perusahaan harus memiliki harga yang bersaing dengan perusahaan produsen sejenis lainnya dan perusahaan juga harus dapat mempertahankan harga yang bersaing tersebut, sehingga produknya dapat laku di pasaran.
7. Perusahaan juga harus terus memantau dan menjaga mutu dan kualitas produk yang dihasilkan dengan cara pengelolaan sumber daya produksi dan sumber daya manusia yang lebih efektif dan efisien, sehingga mampu menghasilkan produk yang dapat bersaing di pasaran.

8. Perusahaan harus dapat menetapkan harga yang lebih kompetitif sehingga dapat dijangkau konsumen dan tidak menekan konsumen. Dalam pemberian harga, perusahaan harus menyesuaikan dengan kondisi pasar dan persaingan di pasaran. Perusahaan juga perlu lebih memperhatikan harga produk sejenis yang berlaku di pasaran sehingga perusahaan dapat lebih cepat untuk bereaksi terhadap harga tiap produknya agar perusahaan dapat lebih memantau harga pesaing dari perusahaan sejenis.
9. Perusahaan diharapkan dapat meningkatkan efisiensi kinerja perusahaan agar dapat menekan cost serendah mungkin sehingga harga jual produk dapat ditekan lebih rendah dan perusahaan dapat memenangkan persaingan.
10. Perusahaan diharapkan melakukan ekspansi baik produksi maupun pemasarannya secara efektif dan efisien, agar perusahaan dapat semakin berkembang.

5.3 Keterbatasan Penelitian

Dalam penelitian ini terdapat keterbatasan penelitian, yaitu :

1. Karena keterbatasan waktu, biaya, dan tenaga, maka penulis hanya mengambil responden di sekitar wilayah kampus dan sekitar wilayah kopo permai saja yang diharapkan dapat mewakili seluruh konsumen Rammona Bakery di Bandung.

2. Ada sebagian responden yang belum mengetahui Rammona Bakery.
Hal ini mungkin disebabkan oleh lokasi/ letak tempat Rammona Bakery yang kurang strategis dan promosi yang kurang gencar.