

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini akan dibahas mengenai kesimpulan dan saran yang diharapkan akan membantu perusahaan dalam mengetahui persepsi konsumen mengenai kualitas produk kacang Mayasi dan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Kesimpulan dan saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut :

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian dan analisis pada bab-bab sebelumnya, maka penulis menarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Variabel dimensi kualitas produk yang paling dominan berpengaruh dalam keputusan pembelian konsumen adalah faktor daya guna. Konsumen membeli kacang Mayasi karena kegunaannya sebagai makanan “cemilan”. Persepsi konsumen secara keseluruhan mengenai dimensi kualitas produk kacang Mayasi rata-rata sebesar 3,852. hal ini berarti bahwa konsumen hampir setuju akan kualitas yang ada. Besarnya pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian adalah sebesar 0,336. Hubungan antara kualitas produk dengan keputusan pembelian konsumen dari nilai koefisien korelasi tersebut digunakan analisis *adjusted R Square* sebesar 8,7% (0,087) yang memberikan pengertian bahwa keputusan pembelian konsumen dipengaruhi oleh kualitas produk dan sebesar 92,3% dipengaruhi oleh faktor lain selain kualitas produk itu sendiri.

2. Dari hasil perhitungan yang ada, hal ini menunjukkan bahwa dimensi kualitas produk yang mempengaruhi keputusan pembelian (kualitas produk itu sendiri, desain dan gaya, nama atau reputasi yang baik, daya guna) secara signifikan berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen. Faktor-faktor lain yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen salah satunya adalah harga. Responden menyatakan setuju bahwa keputusan pembeliannya berdasarkan harga yang ditetapkan perusahaan.

## 5.2 Saran

Setelah melihat beberapa kesimpulan di atas, maka saran yang dapat dikemukakan adalah sebagai berikut :

1. Perusahaan harus meningkatkan kualitas produknya lagi, terutama dalam dimensi mengenai kesesuaian kualitas itu sendiri dengan harga yang ada, menurut konsumen masih dirasa kurang sesuai. Perusahaan harus meningkatkan kualitas produknya atau mengurangi harga yang ditetapkan perusahaan. Dapat dilakukan dengan mengefisiensikan biaya produksi/*cost* baik *variabel cost* maupun *fix cost*, dengan menekan biaya agar harga dapat ditekan lebih rendah lagi. Selain itu dapat juga dilakukan dengan cara meningkatkan kualitas yang ada, karena peningkatan kualitas memerlukan biaya (riset, penambahan nilai produk itu sendiri) maka harga yang ada dapat dinaikan seiring dengan kesesuaian kualitas yang ada. Hal yang perlu diperhatikan dalam penentuan harga adalah kesesuaian antara harga dengan kualitas yang ada.

2. Persepsi konsumen mengenai kualitas produk itu sendiri harus ditingkatkan lagi, dalam hal ini mengenai rasa yang lebih , kerenyahan kacang itu sendiri. Konsumen merasakan bahwa rasa yang ada dirasa kurang menunjukkan ciri kacang dari Jepang, dan kacang yang lebih renyah. Desain kemasan yang lebih menarik (pemilihan warna untuk kemasan perlu diperhatikan lagi) dan gaya Jepang yang lebih mudah dikenal, bumbu yang khas dari Jepang. Penampilan, mengenai kemasan, pemilihan corak yang lebih menunjukkan kacang dari Jepang. Serta ketahanan dari produk itu sendiri, konsumen lebih menginginkan ketahanan produk yang lebih tahan lebih lama.

Perusahaan harus dapat mempertahankan kekuatan dan kelemahan dari kualitas produk ini, bahwa keputusan pembelian konsumen berdasarkan kualitas produk hanya mempunyai pengaruh sedikit. Maka harus ditingkatkan lagi dan berdasarkan penelitian ini karena penelitian ini respondennya banyak kalangan pelajar atau mahasiswa, maka dapat disimpulkan bahwa konsumen yang memutuskan untuk membeli kacang Mayasi disebabkan karena harga yang ditetapkan oleh perusahaan.