

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan data yang telah diperoleh dari hasil penelitian ini melalui penyebaran kuesioner kepada konsumen produk Kopiko 78 dan setelah diolah mengenai pengaruh persepsi harga terhadap minat beli produk Kopiko 78, maka dari hasil penelitian ini dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Berdasarkan pernyataan persepsi harga :

(1) Tanggapan responden terhadap pernyataan harga produk Kopiko 78 sangat terjangkau secara dominan responden menjawab sangat setuju dengan jumlah 50 responden dan presentase sebesar 50%.

(2) Tanggapan responden terhadap pernyataan harga yang ditetapkan produk Kopiko 78 sesuai dengan daya beli sebanyak 52 responden menjawab setuju dengan presentase sebesar 52%.

(3) Tanggapan responden terhadap pernyataan harga yang dikeluarkan untuk membeli produk Kopiko 78 sebanding dengan kualitas yang diberikan secara dominan responden menjawab sangat setuju dengan jumlah 43 responden dan presentase sebesar 43%.

(4) Tanggapan responden terhadap pernyataan harga produk Kopiko 78 memiliki daya saing yang tinggi dengan jumlah 52 responden menjawab setuju dengan presentase sebesar 52%.

(5) Tanggapan responden terhadap pernyataan harga yang ditetapkan produk Kopiko 78 dapat bersaing dengan kualitas produk lain sebanyak 59 responden menjawab setuju dengan presentase sebesar 59%.

2. Berdasarkan pernyataan minat beli :

(1) Tanggapan responden terhadap pernyataan konsumen ingin membeli produk Kopiko 78 dijawab oleh 59 responden dengan setuju presentase sebesar 59%.

(2) Tanggapan responden terhadap pernyataan konsumen ingin membeli produk Kopiko walaupun ada produk serupa dengan harga yang lebih murah secara umum responden menjawab setuju dengan jumlah 56 responden dengan presentase sebesar 56%.

(3) Tanggapan responden terhadap pernyataan konsumen merekomendasikan produk Kopiko 78 kepada orang lain dijawab setuju oleh 59 dengan jumlah presentase sebesar 59%.

(4) Tanggapan responden terhadap pernyataan konsumen bersedia membayar lebih karena produk Kopiko 78 yang berkualitas dijawab 60 responden setuju dengan presentase sebesar 60%.

(5) Tanggapan responden terhadap konsumen menceritakan hal-hal baik mengenai produk Kopiko 78, secara umum responden menjawab setuju dengan jumlah 69 responden dengan presentase sebesar 69%.

(6) Tanggapan responden terhadap pernyataan konsumen tidak beralih ke produk serupa, secara umum responden menjawab setuju dengan jumlah 66 responden dengan presentase sebesar 66%.

3. Dalam penelitian ini dapat disimpulkan pengaruh persepsi harga terhadap minat beli sebesar 9,70%, dan sisanya sebesar 90,30% dipengaruhi faktor lain di luar persepsi harga seperti promosi, tempat, produk, dan lain-lain.

5.2 Implikasi Manajerial

1. Bagi perusahaan

Berdasarkan hasil penelitian, variabel persepsi harga pada produk Kopiko 78 memiliki pengaruh terhadap minat beli konsumen. Oleh sebab itu dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat, produk Kopiko 78 harus mampu mempertahankan dan meningkatkan lagi persepsi harga konsumen.

Selain itu, produk Kopiko 78 juga perlu meningkatkan aspek – aspek lain di luar persepsi harga seperti peran promosi, tempat, serta prioduk untuk meningkat minat beli.

2. Bagi kalangan akademis

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan untuk memperkaya pengetahuan serta melengkapi literature mengenai persepsi harga terhadap minat beli.

5.3 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini masih memiliki keterbatasan – keterbatasan, peneliti mengharapkan dapat dilakukan perbaikan untuk penelitian yang akan datang. Adapun keterbatasan dalam penelitian ini adalah :

1. Jumlah responden kurang banyak diharapkan pada penelitian berikutnya jumlah responden diperluas.
2. Variabel yang diteliti sedikit, diharapkan pada penelitian berikutnya dapat ditambahkan variabel – variabel lain yang mempengaruhi minat beli.
3. Waktu dalam penelitian yang terbatas, diharapkan pada penelitian berikutnya lebih baik pemanfaatan waktu untuk menunjang penelitian.