

BAB VI.

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan analisis data mengenai “Produk, Harga dan *Word of Mouth* Terhadap Minat beli Konsumen Fotografi di Kota Bandung” maka dapat disimpulkan :

1. Persepsi konsumen terhadap produk, harga dan *Word of Mouth* foto studio di kota bandung cukup baik. Konsumen menilai produk yang tersedia cukup dapat memenuhi kebutuhannya. Konsumen menilai harga ditetapkan cukup sesuai dengan produk yang ditawarkan. Dan konsumen cukup bersedia untuk merekomendasikan produk fotografi kepada orang lain.
2. Produk memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap minat beli konsumen fotografi di Kota Bandung. Hal ini berarti semakin baik produk fotografi akan meningkatkan minat beli konsumen di Kota Bandung.
3. Harga tidak berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen fotografi di Kota Bandung. Hal ini menunjukkan tinggi rendah harga jasa fotografi, tidak menurunkan ataupun meningkatkan minat konsumen. Hal ini memungkinkan terjadi karena populasi konsumen merupakan konsumen kelas menengah ke atas.
4. *WOM* berpengaruh positif signifikan terhadap minat beli konsumen fotografi di Kotagg Bandung. Artinya, semakin baik *WOM* maka akan semakin tinggi minat beli.

6.2 Saran

Dari hasil penelitian ini maka ada beberapa saran yang dapat diberikan:

1. Produk yang lengkap adalah yang penting bagi konsumen. Dengan menyediakan jasa cetak, album, *frame*, dan lainnya. Harga yang sesuai dan informasi harga yang dapat mudah diakses memberikan nilai tambah bagi konsumen yang akan menggunakan jasa studio. Dengan meningkatkan kedua bagian tersebut maka *WOM* yang beredar akan semakin positif dan memberikan peluang bagi konsumen baru untuk menggunakan jasa studio/
2. Produk memiliki pengaruh yang besar bagi minat beli konsumen fotografi oleh karena itu peningkatan variasi produk dan kualitas jasa yang diberikan harus ditingkatkan.
3. Harga tidak memiliki pengaruh yang besar terhadap minat namun harga yang ditetapkan haruslah sesuai dengan produk yang ditawarkan.
4. *Word of Mouth* memiliki pengaruh yang cukup besar bagi konsumen fotografi sehingga mutu pelayanan harus ditingkatkan agar *Word of Mouth* yang positif berkembang di masyarakat. Untuk itu perlu bagi studio untuk memfokuskan dalam mengembangkan jasa dan *WOM* positif agar minat konsumen semakin tinggi.