

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini menggunakan data primer yaitu data yang dikumpulkan langsung dengan menyebarkan kuesioner. Penelitian ini dilakukan untuk melihat pengaruh citra merek, kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian produk *outdoor* merek Consina di kota Padang, dengan jumlah 100 sampel yaitu konsumen yang pernah membeli produk *outdoor* merek Consina di kota Padang.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, didapatkan kesimpulan bahwa

1. Dari hasil pengujian dapat disimpulkan bahwa variabel citra merek secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk pada produk *outdoor* merek Consina. Hal ini berarti citra merek merupakan salah satu pertimbangan utama bagi konsumen produk *outdoor* merek Consina dalam melakukan keputusan pembelian.
2. Dari hasil pengujian dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas produk secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk *outdoor* merek Consina. Hal ini berarti kualitas produk merupakan salah satu pertimbangan utama bagi konsumen produk *outdoor* merek Consina dalam melakukan keputusan pembelian.
3. Dari hasil pengujian dapat disimpulkan bahwa variabel harga secara parsial berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap keputusan pembelian pada produk *outdoor* merek Consina. Hal ini berarti kualitas

produk bukanlah pertimbangan utama bagi konsumen produk *outdoor* merek Consina dalam melakukan keputusan pembelian.

5.2 Implikasi Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian yang peneliti lakukan tentang pengaruh citra merek, kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian produk *outdoor* merek Consina. Pada variabel citra merek hal ini harus dipertahankan dan harus ditingkatkan lagi oleh manajemen PT. CONSINA SEGARA ALAM. Karena variabel ini memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian para konsumen. Salah satu indikator yang perlu di pertahankan dan ditingkatkan adalah keunikan-keunikan produk *outdoor* merek Consina.

Pada variabel kualitas produk hal ini harus dipertahankan dan harus ditingkatkan lagi oleh manajemen PT. CONSINA SEGARA ALAM. Karena variabel ini memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian para konsumen. Selain itu terdapat beberapa indikator yang harus di tingkatkan seperti spesifikasi produk yang sesuai dengan kualitasnya agar kualitas dari produk *outdoor* merek Consina dapat dipahami kegunaanya oleh konsumen.

Pada variabel harga mempunyai pengaruh positif namun tidak signifikan terhadap keputusan pembelian produk *outdoor* merek Consina, walaupun harga bukan menjadi alasan utama konsumen dalam melakukan keputusan pembelian tetapi faktor ini tetap harus diperhatikan oleh manajemen PT. CONSINA SEGARA ALAM untuk mempertahankan bahkan lebih mempengaruhi pelanggan

dalam melakukan keputusan pembelian. Salah satu indikator yang perlu ditingkatkan oleh manajemen PT. CONSINA SEGARA ALAM adalah harga yang sangat bersaing dinilai rendah oleh konsumen dengan produk *outdoor* merek lain.

5.3 Keterbatasan Penelitian

Peneliti menyadari bahwa dalam penelitian yang peneliti lakukan masih memiliki berbagai kekurangan karena adanya keterbatasan yang peneliti temukan dalam penelitian ini. Adapun keterbatasan penelitian yang penulis sampaikan diakhir penulisan skripsi ini adalah sebagai berikut:

1. Peneliti hanya menganalisis pengaruh dari tiga variabel independen yaitu citra merek, kualitas produk dan harga terhadap variabel dependen yaitu keputusan pembelian.
2. Objek penelitian yang penulis teliti hanya pada konsumen yang pernah membeli produk *outdoor* saja.
3. Jumlah responden yang dijadikan sampel untuk penelitian ini masih sedikit dan belum luas, sehingga hasil dalam penelitian ini belum memiliki tingkat akurasi yang kuat.

5.4 Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, ada beberapa saran yang ditujukan untuk :

1.4.1 Peneliti Selanjutnya

1. Diharapkan pada penelitian yang selanjutnya dalam menganalisis faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian pada produk *outdoor* untuk lebih menambahkan variabel lain yang mempengaruhi keputusan pembelian.
2. Dalam menyebarkan kuisisioner, diharapkan pada para penelitian selanjutnya untuk mengambil atau melakukan *survey* pada responden yang lebih banyak dan lebih luas agar hasil dari penelitian tersebut lebih akurat dan Pengambilan data sebaiknya selalu didampingi oleh peneliti, agar dapat lebih mengontrol dan menjelaskan apabila responden tidak mengerti atau susah mengartikan maksud dari pertanyaan yang ada pada kuesioner
3. Dalam menganalisis pengaruh citra merek, kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian produk *outdoor*, diharapkan agar menambahkan objek lain untuk memperkuat hasil penelitian tentang pengaruh citra merek, kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian pada produk *outdoor*.

1.4.2 Bagi Pemilik Usaha

Sesuai dengan beberapa indikator pada kuisioner yang dibagikan ke responden, terdapat beberapa inti pernyataan yang mendapat jawaban negatif dari responden, seperti keunggulan dan kepopuleran produk *outdoor* merek Consina kurang dibandingkan dengan produk *outdoor* merek lain sehingga kurang mempengaruhi konsumen dalam melakukan keputusan pembelian, hal ini dapat ditanggulangi PT CONSINA SEGARA ALAM dengan lebih sering mengadakan *event* dan sponsor dalam kegiatan *outdoor* supaya lebih di kenal oleh konsumen. Dalam segi harga indikator daya saing harga mendapat jawaban negatif dari responden hal ini dapat mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan pembelian produk *outdoor*, hal ini dapat di atasi dengan menyesuaikan kualitas produk dengan harga.

Selanjutnya pada variabel keputusan pembelian ada beberapa indikator yang mendapat jawaban yang negatif seperti pilihan penyalur salah satu indikator yang di pilih responden yang rata-rata mengisi netral. PT CONSINA SEGARA ALAM lebih baik memperhatikan faktor ini karena dapat mempengaruhi perilaku konsumen. Sebaiknya PT CONSINA SEGARA ALAM lebih menyebar luas produknya pada tiap toko dan membuka gerai resmi di setiap kota di Indonesia. Kemudian indikator jumlah pembelian termasuk pilihan responden yang rata-rata netral. PT CONSINA SEGARA ALAM harus meninjau kembali produk yang di

menambah pilhan produknya seperti menambah varian warna tiap produk. Selanjutnya pernyataan metode pembayaran pembelian dapat dilakukan secara tunai (*cash*) maupun *credit card* juga terdapat respon negatif dari para responden kebanyakan dari responden menjawab netral, hal ini dapat ditingkatkan dengan cara menambah mesin *edc* atau alat pembayaran bagi konsumen pada setiap toko resmi bagi pengguna kartu kredit yang sudah terbiasa berbelanja tanpa menggunakan uang *cash* dalam membeli produk.

