

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini menggunakan data primer yaitu data yang dikumpulkan langsung dengan menyebar kuesioner. Penelitian ini dilakukan untuk melihat pengaruh harga, gaya hidup dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk Eiger pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Andalas, dengan jumlah 130 responden yaitu responden yang pernah membeli produk Eiger pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Andalas. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, didapatkan kesimpulan bahwa

1. Variabel harga tidak berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian produk pada produk Eiger pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Andalas.
2. Variable gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk Eiger pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Andalas.
3. Variabel kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada produk Eiger pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Andalas.



5.2 Implikasi Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian yang peneliti lakukan tentang pengaruh harga, gaya hidup dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk Eiger. Pada variabel harga tidak mempunyai pengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian produk Eiger, walaupun harga bukan menjadi alasan utama konsumen dalam melakukan keputusan pembelian tetapi faktor ini tetap harus diperhatikan oleh manajemen PT. Eigerindo Multi Produk Industri untuk mempertahankan bahkan lebih mempengaruhi pelanggan dalam melakukan keputusan pembelian. Selain itu terdapat beberapa indikator yang harus ditingkatkan yaitu harga yang ditawarkan produk Eiger sesuai dengan kualitas yang didapatkan.

Pada variabel gaya hidup hal ini harus diperhatikan dan harus ditingkatkan lagi oleh manajemen PT. Eigerindo Multi Produk Industri. Karena variabel ini memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk Eiger. Salah satu indikator yang perlu dipertahankan dan ditingkatkan adalah konsumen menggunakan produk Eiger ketika menyalurkan hobi.

Pada variabel kualitas produk hal ini harus dipertahankan dan harus ditingkatkan lagi oleh manajemen PT. Eigerindo Multi Produk Industri. Karena variabel ini memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian para konsumen. Selain itu terdapat beberapa indikator yang harus di tingkatkan seperti produk Eiger memiliki daya tahan yang baik.

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 harga, gaya hidup dan kualitas produk terhadap variabel dependen yaitu keputusan pembelian.
2. Objek penelitian yang penulis teliti hanya pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Andalas.
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.

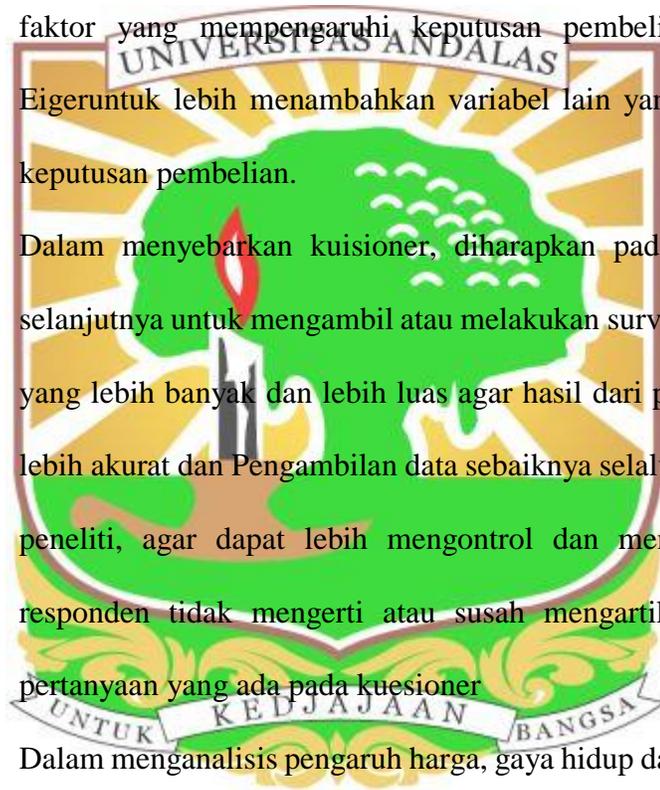


5.4 Saran

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

i. Peneliti Selanjutnya

1. Diharapkan pada penelitian yang selanjutnya dalam menganalisis faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian pada produk Eiger untuk lebih menambahkan variabel lain yang mempengaruhi keputusan pembelian.
2. Dalam menyebarkan kuisisioner, diharapkan pada para penelitian selanjutnya untuk mengambil atau melakukan survei 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 harga, gaya hidup dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk Eiger, diharapkan peneliti selanjutnya agar menambahkan objek lain untuk memperkuat hasil penelitian tentang pengaruh harga, gaya hidup dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada produk Eiger.



ii. **Bagi Pemilik Usaha**

Dari hasil pengujian parsial (uji t) membuktikan harga tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap kualitas produk. Hal ini dikarenakan harga produk Eiger masih terbilang mahal dibandingkan dengan produk *outdoor* merek lain sehingga kurang mempengaruhi konsumen dalam melakukan keputusan pembelian, hal ini dapat ditanggulangi PT. Eigerindo Multi Produk Industri dengan memberikan diskon atau potongan harga kepada setiap konsumen yang membeli produk dan memberikan kupon hadiah yang bertujuan agar konsumen lebih tertarik untuk membeli produk Eiger serta menetapkan harga yang terjangkau, bervariasi dan sesuai dengan harapan serta keinginan konsumen, dengan adanya harga yang lebih ekonomis dari merek lain tentu akan membuat konsumen atau calon konsumen tertarik untuk membeli atau memakai produk Eiger tersebut.

