

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Setelah melakukan analisa dan pembahasan tentang analisis faktor-faktor yang mempengaruhi pertimbangan konsumen dalam melakukan keputusan pembelian *air conditioner* di DKI Jakarta, maka dapat disimpulkan bahwa :

- 1) Faktor yang dianalisa dapat dihubungkan dengan alternatif merek AC. Hasil penelitian menunjukkan bahwa responden Panasonic sangat mempertimbangkan faktor kualitas dan desain dalam proses pengambilan keputusan pembelian. Responden LG lebih mempertimbangkan faktor harga ketika akan melakukan proses keputusan pembelian. Sedangkan untuk konsumen Sharp sangat mempertimbangkan faktor fitur dalam proses pengambilan keputusannya.
- 2) Kriteria AC yang paling dipertimbangkan oleh responden dalam melakukan keputusan pembelian yaitu :
 - (1) Faktor kualitas memiliki bobot 56,2%
 - (2) Faktor fitur memiliki bobot 13,4%

(3) Faktor desain memiliki bobot 23,3%

(4) Faktor harga memiliki bobot 7,2%

Dan berdasarkan faktor-faktor tersebut, maka hasil dari penilaian konsumen terhadap masing-masing merek AC yaitu bahwa responden paling banyak memilih alternatif AC merek Panasonic (55,8%), Sharp (25,4%), dan LG (18,7%).

5.2 Saran

Berdasarkan penjelasan kesimpulan di atas, maka saran yang dapat diberikan kepada pihak PT. Panasonic Gobel Indonesia berhubungan dengan penelitian ini adalah sebagai berikut :

- 1) Disarankan agar pihak PT Panasonic Gobel Indonesia dapat mempertahankan kualitas dan terus berinovasi dalam desain teknologi serta menambahkan fungsi atau manfaat baru dalam penggunaan *air conditioner*. Supaya produknya dapat selalu memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen yang sangat memperhatikan faktor kualitas *air conditioner*. Dengan begitu Panasonic dapat mempertahankan pangsa pasar yang telah ada.

- 2) Salah satu faktor yang menjadi pertimbangan adalah harga. Dalam hal ini, diketahui bahwa harga AC Panasonic lebih tinggi 10%-15% dibandingkan pesaing lainnya. Sehingga disarankan agar pihak Panasonic dapat menetapkan strategi-strategi penyesuaian harga yang dapat bersaing di pasar yang kompetitif ini guna memperluas pangsa pasar AC. Salah satu strategi penyesuaian harga yang dapat digunakan adalah harga promosi yang bersifat sementara untuk meningkatkan penjualan atau harga geografis untuk konsumen yang bertempat tinggal di daerah DKI Jakarta.

- 3) Selain itu pihak PT Panasonic Gobel Indonesia juga perlu memperhatikan faktor lain yang telah dijelaskan dalam penelitian ini yang mungkin akan berpengaruh terhadap pertimbangan keputusan konsumen dalam membeli *air conditioner*.