Bab 5

Kesimpulan Dan Saran

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini membahas mengenai Harga, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian dan Loyalitas Konsumen, yang dilakukan dengan studi kasus pada konsumen PT. Opsi Opstimal. Dalam pencapaian dimana terjadinya loyalitas konsumen tentunya terdapat beberapa factor penting yang mendukung antara lain harga, kualitas poruduk dan keputusan pembelian. Selain itu, pemasar juga harus mengetahui betul apa saja yang menjadi pendukung loyatias konsumen. Harga memiliki peranan utama dalam pengambilan keputusan para pembeli yaitu peran alokasi dimana membantu para pembeli untuk membandingkan harga dari berbagai alternative yang tersedia, kemudian memutuskan alokasi yang dikehendaki. Kedua, peranan informasi dari harga, hal ini bermanfaat dalam situasi dimana pembeli mengalami kesulitan untuk menilai factor produk atau manfaatnya secara obyektif seperti kualitas. Tingkat kualitas tidak selalu harus tinggi kualitasnya bisa saja rendah, sedang atau tinggi, sesuai dengan positioning yang dinginkan. Oleh karena itu, kualitas produk harus disesuaikan dengan posisi produk di pasar. Jika harga dan kualitas produk dapat dilakukan secara tepat dan *consumer satisfied* tercapai, maka loyalitas pelanggan pun dapat diraih.

Berdasarkan hasil penelitian yang berjudul " Analisis Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian dan Dampaknya pada Loyalitas Konsumen PT. Opsi Optimal dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

- Hasil pengolahan dan analisis data menunjukkan bahwa tidak semua variable (variabel harga dan variabel kualitas produk) berkontribusi secara simultan dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Y). Dari data statistik, dapat dilihat bahwa variable kualitas produk tidak signifikan, sedangkan variable harga mempunyai pengaruh yang signifikan. Dan besar kontribusi yang diberikan dari kedua variabel yang signifikan tersebut secara simultan terhadap keputusan pembelian (Y) sebesar 0.702x100% = 70.2%.
- Hasil pengolahan di atas juga menunjukkan bahwa variabel harga (X1), kualitas produk (X2) dan keputusan pembelian (Y) berkontribusi secara simultan mempengaruhi loyalitas konsumen (Z) secara signifikan mempengaruhi loyalitas konsumen dan memberikan kontribusi secara simultan kepada loyalitas konsumen sebesar 59%.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil kesimpulan diatas maka saran yang dapat diberikan sebagai masukkan adalah sebagai berikut :

- Degan semakin berkembangnya zaman yang didukung dengan meningkatnya perkembangan teknologi serta tingkat persaingan yang semakin tinggi, menyebabkan tuntutan perusahaan untuk lebih sigap dan siap serta mampu bersaing dalam bidang teknologi dan dapat menawarkan fasilitas pendukung seperti meningkatkan kulaitas produk, memberikan model yang beragam, memberikan promosi yang menarik kepada konsumen, yang tentu juga didukung dengan pelayanan yang baik sehingga konsuman mareasa puas dan menjadi loyal terhadap perusahaan.
- Masalah penetapan harga produk bagi produsen adalah hal yang amat penting. Oleh karena itu, perusahaan harus bisa mengidentifikasi tingkat kemampuan daya beli masyarakat dengan biaya modal produk serta tingkat keuntungan yang diharapkan. Kebijakan penetapan harga sangat penting, jika terdapat suatu produk sejenis dengan harga yang sama yang ada di pasar, maka produk tersebut tidak akan laku di pasaran. Konsumen akan menjatuhkan pilihan pada produk lain yang sejenis dengan harga yang lebih rendah, dengan catatan kualitas dan image yang relative seimbang. Sebaliknya jika harga produk terlalu murah, akan berdampak negative terhadap produk itu sendiri seperti image produk yang buruk serta kerugian dari tingkat keuntungan yang rendah.