

BAB IV

PENUTUP

Bab terakhir ini akan menyajikan kesimpulan penelitian ini yaitu mengenai pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian beserta saran-saran yang harapannya dapat bermanfaat bagi laptop Acer.

1.1 Kesimpulan

Sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan peneliti antara variabel independen yang terdiri dari kualitas produk dan harga terhadap variabel dependen yaitu keputusan pembelian, dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil penelitian melalui analisis data yang dilakukan, maka kualitas produk memiliki pengaruh yang positif terhadap keputusan pembelian dengan nilai t hitung sebesar $9,515 > t$ tabel sebesar $1,660$ dan nilai signifikansi sebesar $0,00 < 0,05$. Selain itu, diperoleh nilai koefisien korelasi sebesar $0,693$ pada kualitas produk terhadap keputusan pembelian yang termasuk dalam kategori hubungan kuat. Pada hasil uji koefisien determinasi didapatkan besaran persentase sumbangan variabel kualitas produk terhadap keputusan pembelian sebesar $4,80\%$ dan uji regresi sederhana yang memperoleh nilai sebesar $0,478$.
2. Berdasarkan hasil analisis dalam penelitian ini, maka harga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian dimana nilai t hitung sebesar $7,615 > t$ tabel sebesar $1,660$ dan nilai signifikansi $0,00 < 0,05$. Di samping itu, berlandaskan uji koefisien korelasi, diperoleh nilai sebesar $0,610$ yang termasuk ke dalam kategori kuat dan nilai koefisien determinasi sebesar

37,2% yang berarti variasi variabel harga mampu menjelaskan variasi variabel keputusan pembelian. Berlandaskan hasil uji regresi harga terhadap keputusan pembelian didapatkan nilai regresi sebesar 0,829.

3. Berdasarkan hasil uji statistik, diperoleh hasil bahwa kualitas produk dan harga secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan pembelian dengan nilai F hitung $>$ F tabel sebesar dan nilai signifikansi $0,00 < 0,05$. Uji koefisien korelasi memperoleh nilai sebesar 0,726 yang termasuk ke dalam kategori kuat dan uji koefisien determinasi yang menghasilkan nilai sebesar 52,7% dalam artian bahwa variabel kualitas produk dan harga memberikan pengaruh sebesar 52,7% terhadap keputusan pembelian. Selanjutnya pada uji regresi berganda variabel kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian dihasilkan nilai sebesar 0,354 untuk kualitas produk dan nilai sebesar 0,383 untuk harga.

1.2 Saran

1. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa kualitas produk laptop Acer sudah terbilang baik tetapi didapati bahwa indikator yang memiliki skor terendah adalah desain laptop Acer yang kurang bervariasi dan monoton. Maka dari itu, disarankan bagi Acer untuk membuat desain yang lebih bervariasi dengan mengembangkan desain laptop Acer menjadi lebih bervariasi, lebih modern, mengikuti perkembangan zaman sehingga dapat menarik perhatian konsumen. Selain itu, pada indikator mengenai varian warna laptop Acer yang biasa saja, maka sebaiknya Acer membuat laptop yang didukung dengan varian warna yang disesuaikan dengan selera dan

kebutuhan konsumen sehingga tidak monoton. Kemudian adalah item pernyataan terkait daya tahan laptop Acer yang kurang baik, sehingga diharapkan Acer dapat meningkatkan daya tahan laptop termasuk baterainya sehingga bisa digunakan konsumen dalam jangka waktu yang lama. Terakhir adalah Acer yang perlu meningkatkan kualitas produk termasuk kinerjanya sehingga mengurangi tingkat kerusakan pada laptop. Hal tersebut dapat dilakukan dengan cara melakukan kontrol kualitas yang ketat untuk memastikan produk yang aman dan menjalani keandalan, kompatibilitas, kepatuhan peraturan, uji operator seluler, dan uji lainnya ketika melakukan produksi secara massal. Apabila laptop Acer mengalami kerusakan sekalipun, hendaknya laptop tersebut dapat dengan mudah diperbaiki. Service Centre Acer juga sebaiknya dapat memberikan kepuasan dan pelayanan yang baik bagi para konsumen ketika hendak melakukan perbaikan pada laptopnya sehingga tidak menimbulkan rasa kecewa pada konsumen. Strategi-strategi demikian diharapkan mampu menambah dan meningkatkan kualitas laptop Acer sehingga dapat meningkatkan keputusan pembelian di pasaran.

2. Berdasarkan rekapitulasi jawaban responden pada variabel harga maka diperoleh indikator dengan skor mean terendah yaitu mengenai daya saing harga laptop Acer dimana harga laptop tersebut masih tergolong mahal dan kurang terjangkau dibandingkan dengan merek pesaing. Diharapkan laptop Acer dapat memasarkan produknya dengan menetapkan harga yang lebih bijak lagi sehingga dapat berkompetisi dengan merek-merek lain.

Kemudian adalah Acer yang sebaiknya meningkatkan manfaat atau nilai yang diberikan kepada konsumen sehingga harga yang dibebankan kepada konsumen sesuai dengan manfaat yang didapatkan. Acer dapat menetapkan harga yang tepat dan lebih terjangkau dengan menekan biaya produksi pembuatan laptop seefisien mungkin dan menggunakan alat-alat produksi yang canggih sehingga harga yang ditetapkan kemudian akan dapat bersaing juga dengan merek-merek lain. Perusahaan sebaiknya meningkatkan *value for money pada* produk laptop yang dihasilkan sehingga konsumen merasakan nilai tambah dengan menggunakan produk terkait.

