

BAB IV

PENUTUP

4.1 Kesimpulan

Hasil dari penelitian yang sudah dilaksanakan kepada 96 responden & pengolahan data terkait dengan pengaruh desain produk, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian mebel pada CV. Manunggal Rotan Jepara terdapat kesimpulan diantaranya:

1. Variabel Desain Produk (X1) berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian (Y) pada CV. Manunggal Rotan Jepara. Hasil tersebut menjelaskan bahwa desain produk dapat menjelaskan keputusan pembelian. Pada penelitian ini, pengaruh antara desain produk terhadap keputusan pembelian termasuk kedalam korelasi sangat kuat.
2. Variabel Harga (X2) berpengaruh negatif terhadap Keputusan Pembelian mebel pada CV. Manunggal Rotan Jepara. Hasil tersebut menjelaskan bahwa variabel harga dapat menjelaskan variabel keputusan pembelian. Dalam penelitian ini, pengaruh antara harga terhadap keputusan pembelian termasuk kedalam korelasi kuat.
3. Variabel Promosi (X3) berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian pada CV. Manunggal Rotan Jepara. Hasil tersebut menjelaskan bahwa variabel promosi dapat menjelaskan variabel keputusan pembelian. Pada

penelitian ini, pengaruh antara promosi terhadap keputusan pembelian termasuk kedalam korelasi sangat kuat.

4. Variabel Desain Produk (X1), Harga (X2), dan Promosi (X3) memiliki pengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian pada CV. Manunggal Rotan Jepara. Hasil tersebut menjelaskan bahwa variabel desain produk, harga, dan promosi dapat menjelaskan variabel keputusan pembelian. Dalam penelitian ini, pengaruh variabel desain produk, harga, dan promosi terhadap keputusan pembelian termasuk kedalam korelasi kuat.

4.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas, terdapat beberapa saran yang dapat berguna dan menjadi pertimbangan CV. Manunggal Rotan Jepara untuk waktu yang akan datang yaitu :

1. Variabel desain produk dalam beberapa indikator pertanyaan mendapatkan nilai skor di atas rata-rata. Akan tetapi, beberapa responden menyatakan tidak setuju dalam item pertanyaan variabel desain produk. Beberapa responden masih menganggap desain produk dari CV. Manunggal Rotan Jepara belum sesuai dengan apa yang diinginkan. CV. Manunggal Rotan Jepara dapat melakukan evaluasi terhadap desain produknya agar lebih menarik bagi konsumen, seperti : meningkatkan kerapian dari produk dengan melakukan *quality control* sebelum produk dipasarkan serta memberikan ciri khas pada produk yang ditawarkan supaya lebih menarik konsumen dalam melakukan pembelian.

2. Pada variabel harga saran yang dapat diberikan oleh penulis kepada CV. Manunggal Rotan Jepara yaitu mengenai harga tidak sesuai dengan manfaat, CV. Manunggal Rotan Jepara dapat melakukan riset serta peningkatan terhadap produk yang dijual agar dapat memberikan manfaat untuk konsumen sesuai dengan harga.
3. Pada variabel Promosi, saran yang dapat diberikan kepada CV. Manunggal Rotan Jepara yaitu mengenai periklanan yang telah dilakukan seperti: menggunakan berbagai media dan meningkatkan frekuensi periklanan dalam promosi juga diperlu dilakukan agar menjangkau lebih banyak konsumen. Pemberian hadiah, bonus, serta diskon juga dapat dilakukan agar menarik konsumen terhadap produk CV. Manunggal Rotan Jepara.
4. Pada variabel Keputusan Pembelian bisa diberikan saran mengenai kesesuaian antara kebutuhan dengan produk yang ditawarkan CV. Manunggal Rotan Jepara, seperti: CV. Manunggal Rotan Jepara harus lebih memperhatikan selera serta kebutuhan dari pasar terhadap produk mebel. Untuk menjadi pilihan utama oleh konsumen , CV. Manunggal Rotan Jepara tentunya harus membuat produk mebel yang unggul dari produk kompetitor, baik dari segi harga maupun kualitas.