

BAB IV PENUTUP

4.1 Kesimpulan

Bedasarkan pada penelitian yang telah dilakukan terkait dengan Pengaruh Kualitas Produk dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Produk Erigo pada Konsumen di Kota Semarang, menyatakan Kesimpulan diantaranya yaitu:

1. Berdasarkan pada kategorisasi kualitas produk dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden berada pada kategori “baik”. Hal ini menunjukkan bahwa secara garis besar responden memiliki pandangan positif pada kualitas produk yang dimiliki produk. Pada indikator butir pertanyaan kuesioner masih terdapat nilai yang berada dibawah rata-rata yaitu pada indikator performa, ketahanan dan kesesuaian dengan spesifikasi. Berdasarkan pada indikator dengan nilai dibawah rata-rata, maka perlu adanya perbaikan. Hasil olah data penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan kualitas produk terhadap keputusan pembelian. Hasil kontribusi yang diberikan variabel kualitas produk menunjukkan pengaruh sebanyak 14,1% dan sisanya dipengaruhi oleh variabel lainnya.
2. Berdasarkan pada kategorisasi *brand image* dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden berada pada kategori “baik”. Hal ini menunjukkan bahwa secara garis besar responden memiliki pandangan positif terhadap *image* Erigo. Pada indikator butir pertanyaan kuesioner masih terdapat rata-rata nilai pada skala cukup yaitu pada indikator reputasi perusahaan. Berdasarkan pada indikator dengan nilai rata-rata cukup, maka perlu adanya perbaikan guna menjaga reputasi yang dimiliki Erigo. Hasil olah data

penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan *brand image* terhadap keputusan pembelian. Hasil kontribusi yang diberikan variabel *brand image* menunjukkan pengaruh sebanyak 26,7% dan sisanya dipengaruhi oleh variabel lainnya.

3. Berdasarkan pada kategorisasi Keputusan Pembelian dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden berada pada kategori “bagus”. Hal ini menunjukkan bahwa secara garis besar responden melakukan keputusan pembelian karena telah menilai secara positif kualitas produk dan *brand image* Erigo. Pada indikator butir pertanyaan kuesioner masih terdapat rata-rata nilai pada skala cukup yaitu pada indikator jangka waktu yang diperlukan dan peran pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen. Berdasarkan pada indikator dengan nilai rata-rata cukup, maka perlu adanya perbaikan guna meningkatkan keputusan pembelian pada Erigo. Hasil olah data penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan kualitas produk dan *brand image* terhadap keputusan pembelian. Hasil kontribusi yang diberikan variabel kualitas produk dan *brand image* menunjukkan pengaruh sebanyak 33,9% dan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain.

4.2 Saran

Berdasarkan pada hasil penelitian ini, berikut merupakan beberapa rekomendasi yang dapat diberikan kepada pihak perusahaan dan peneliti dimasa mendatang.

4.2.1 Saran Bagi Perusahaan

Berdasarkan pada hasil penelitian ini, Adapun saran yang diberikan peneliti kepada Perusahaan Erigo untuk perumusan kebijakan dimasa mendatang seperti berikut:

1. Berdasarkan hasil penilaian dari responden penelitian ini terdapat beberapa indikator pada variabel kualitas produk yang memiliki nilai rekapitulasi dibawah nilai rata-rata yaitu indikator terkait pemenuhan performa, ketahanan dan kesesuaian dengan spesifikasi produk. Berdasarkan hal tersebut maka perlu adanya perbaikan guna mempertahankan Erigo pada persaingan pasar yaitu dengan meningkatkan performa pada desain yang mengikuti tren masyarakat dan kekinian. Peningkatan standar kualitas bahan dengan menggunakan cotton combed 20s yang merupakan tingkatan bahan kain yang lebih tebal. Perlunya transparansi terkait informasi produk yang ditawarkan sehingga produk yang diterima sesuai dengan ekpetasi yang diberikan.
2. Berdasarkan hasil penilaian dari responden penelitian ini terdapat beberapa indikator pada variabel *brand image* yang memiliki nilai rekapitulasi dibawah nilai rata-rata yaitu indikator reputasi perusahaan terkait dengan peran Erigo dalam pemenuhan kebutuhan konsumen. Dalam hal ini peneliti memberikan saran agar perusahaan perlu meningkatkan lagi peran yang dimiliki dalam segi pemenuhan kebutuhan dan keinginan masyarakat, perbaikan dengan cepat tanggap dan lebih memperhatikan umpan balik dari pelanggan untuk mengetahui secara langsung terkait apa yang menjadi kekecewaan.

4.2.2 Saran Bagi Peneliti Selanjutnya

Berdasarkan pada hasil penelitian ini, maka peneliti dapat memberikan beberapa saran dan masukan bagi peneliti selanjutnya, seperti berikut:

1. Peneliti berikutnya diharapkan untuk dapat melakukan penelitian dengan penambahan jumlah responden yang akan diteliti dengan tujuan untuk mengetahui keberagaman penelitian dengan cakupan yang lebih luas. Saran ini didasarkan pada jumlah responden pada penelitian ini yang berjumlah sedikit dengan cakupan jumlah masyarakat Kota Semarang, maka dapat mendapatkan responden yang terbilang kurang banyak dan kurang merepresentatifkan wilayah Kota Semarang.
2. Penelitian Berikutnya diharapkan untuk dapat melakukan perluasan variabel atau faktor yang diteliti sehingga memberikan tingkat kompleksitas yang lebih dan memberikan hasil yang komprehensif. Saran tersebut didasarkan pada hasil penelitian ini yang memberikan variabel bebas pada penelitian ini memberikan besaran pengaruh secara simultan sebesar 33,9% sehingga masih terdapat sebesar 66,1% pengaruh dari variabel lainnya. Berdasarkan hal tersebut peneliti menyarankan penggunaan variabel lain untuk mengetahui pengaruh terhadap keputusan pembelian.