

## **BAB 5**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1. Kesimpulan**

Berdasarkan penelitian mengenai Pengaruh Produk, Harga, Promosi Terhadap Minat Beli Polo Ralph Lauren di Bandung, diambil beberapa kesimpulan sebagai berikut:

##### 1. Persepsi konsumen dari sisi produk

Produk pakaian Polo Ralph Lauren dibuat dengan bahan berkualitas tinggi yang nyaman digunakan dengan ciri khas merek Polo Ralph Lauren sebagai salah satu pencetus dan yang membesarkan popularitas jenis pakaian Polo Shirt. Namun produk dari Polo Ralph Lauren dinilai buruk oleh para konsumen. Hal ini dikarenakan konsumen menilai produk yang dijual di gerai Polo Ralph Lauren berkualitas baik, namun banyak yang merasa produk Polo Ralph Lauren tidak bervariasi terlihat dari model pakaian yang cenderung sama, tidak up to date atau tidak mengikuti jaman, dan tidak unik karena model pakaian yang sebagian besar polo shirt dan kaos.

##### 2. Persepsi konsumen dari sisi harga

Melalui observasi penulis pada bulan Maret 2018 melihat rata-rata harga pakaian Polo Ralph Lauren berkisar Rp 600.000,00-Rp 900.000,00 sebelum diskon. Dan setelah diskon harga pakaian Polo Ralph Lauren berkisar Rp 150.000,00-Rp 300.000,00. Dimana harga setelah diskon memiliki kesamaan dengan harga pakaian polo yang di jual di H&M, ZARA, dan gerai-gerai lain yang menjual pakaian polo di mall. Konsumen menilai harga dari Polo Ralph Lauren cukup terjangkau dan harga yang ditetapkan sesuai dengan produk yang didapat.

##### 3. Persepsi konsumen dari sisi promosi

Melalui penelitian pendahulu penulis melihat promosi yang dilakukan Polo Ralph Lauren baik, dengan terdapatnya tulisan diskon hingga 70% di depan gerai dibandingkan dengan gerai-gerai lain. Sehingga lebih menarik perhatian bagi orang yang lewat di depan gerai. Promosi dari Polo Ralph Lauren sangat baik. Hal ini dikarenakan produk Polo Ralph Lauren sering mengadakan program diskon,

promosinya menarik, berlangsung dalam jangka waktu yang lama, dan banyak orang yang mengetahui promosi yang sedang dilakukan Polo Ralph Lauren seperti banner diskon yang dipasang di setiap gerai Polo Ralph Lauren.

#### 4. Perspsi konsumen dari sisi minat beli

Dari penelitian terdahulu dan observasi yang dilakukan penulis, didapatkan hasil kurangnya minat beli dari konsumen. Hal ini sesuai dengan hasil kuesioner dari responden yang menilai bahwa rata-rata minat beli masuk dalam kategori buruk. Konsumen tidak tertarik untuk mencari informasi, tidak mempertimbangkan untuk membeli pakaian Polo Ralph Lauren.

#### 5. Pengaruh produk terhadap minat beli

Dari hasil uji t yang dilakukan, hasilnya produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli dari Polo Ralph Lauren di Bandung. Hal ini menunjukkan bahwa apabila variabel produk meningkat maka akan meningkatkan minat beli. Dari sisi produk disimpulkan bahwa produk termasuk dalam kategori buruk maka hal ini juga merupakan salah satu hal yang menyebabkan minat beli termasuk dalam kategori buruk.

#### 6. Pengaruh harga terhadap minat beli

Dari hasil uji t yang dilakukan, hasilnya harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli dari Polo Ralph Lauren di Bandung. Maka apabila variabel harga meningkat maka minat beli juga akan meningkat. Variabel harga sudah termasuk dalam kategori baik maka tidak ada masalah pada harga dari Polo Ralph Lauren.

#### 7. Pengaruh promosi terhadap minat beli

Dari hasil uji t yang dilakukan, hasilnya promosi tidak berpengaruh signifikan terhadap minat beli Polo Ralph Lauren di Bandung. Hal ini dapat disebabkan karena Polo Ralph Lauren melakukan promosi diskon yang terus menerus sehingga konsumen tidak merasa bahwa promosi diskon yang diberikan Polo Ralph Lauren sebagai promosi. Penulis juga melihat promosi yang dilakukan Polo Ralph Lauren di Bandung tidak banyak dan media promosi yang dilakukan hanya melalui banner yang terdapat

di depan gerai, hal ini juga dapat menyebabkan hasil uji t variabel promosi terhadap minat beli menjadi tidak signifikan.

#### 8. Pengaruh produk, harga dan promosi terhadap minat beli

Menurut hasil dari uji f, disimpulkan bahwa produk, harga dan promosi berpengaruh signifikan terhadap minat beli Polo Ralph Lauren di Bandung. Yang berarti bahwa ada pengaruh secara bersama-sama antara variabel produk, harga dan promosi terhadap minat beli Polo Ralph Lauren di Bandung. Jadi apabila variabel produ, harga dan promosi meningkat maka seharusnya minat beli Polo Ralph Lauren juga akan meningkat.

### **5.2. Saran**

Peneliti memiliki beberapa saran yang jika diterapkan, diharapkan dapat membantu perusahaan dalam meningkatkan penjualan dan mengembangkan perusahaan. Saran yang diberikan oleh peneliti antara lain:

Peneliti menyarankan perusahaan untuk mengembangkan variasi dari model pakaian Polo Ralph Lauren, mengembangkan model pakaian mengikuti perkembangan jaman walaupun tidak menghilangkan ciri khas dari produk Polo Ralph Lauren itu sendiri.

Tetap mempertahankan harga yang sudah ditetapkan karena sudah sesuai dengan keinginan dan kemampuan beli konsumen serta mempertahankan harga sesuai dengan kualitas yang di dapat.

Melakukan promosi dengan menggunakan media online atau dengan cara kolaborasi dengan merek lain maupun dengan cara endorse public figure yang sesuai dengan produk Polo Ralph Lauren. Melakukan promosi diskon yang diminati oleh konsumen, namun dengan waktu tertentu atau dengan adanya acara yang dilakukan sehingga produk polo ralph lauren tidak kehilangan sisi eksklusivitasnya, serta melakukan promo-promo lainnya yang lebih bervariasi sehingga dapat membuat konsumen semakin ingin membeli produk Polo Ralph Lauren.

## DAFTAR PUSTAKA

- Amstrong, Gary & Philip Kotler. (2004). *Principles of marketing*. United States America: Pearson Education.
- Bogie, dan Sekaran. (2013). Edisi 5, *Research Method for Business: A skill Building Approach*. New York: John Wiley.
- Ferdinand, Augusty. (2002). *Pengembangan Minat Beli Merek Ekstensi*. Badan Penerbit Undip
- Kotler, Amstrong. (2001). *Prinsip-prinsip pemasaran*, Edisi kedua belas, Jilid 1. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip and Gary Amstrong. (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 12. Jilid 1. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip and Gary Amstrong. (2012). *Prinsip-prinsip pemasaran*, Edisi 13, Jilid 1. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. (2007), *Manajemen Pemasaran*, Edisi kesembilan, dialihbahasakan oleh Benjamin Molan, Jakarta: PT Indeks.
- Kotler, Philip, (2002). *Manajemen Pemasaran*, Edisi Milenium Jilid 1 Prebalindo: Jakarta
- Kotler, Philip. (2005). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong. (2000). *Principle of Marketing*. 9<sup>th</sup> Edition. Prentice Hall Inc. New Jersey. USA.
- Malhotra. N. K. (2005). *Riset pemasaran: Pendekatan terapan (jilid 1)*. Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- Metha, Abhilasha. (1994). "How advertising respon modeling can increase ads effectiveness," *Jurnal of Marketing Research*, May. 2008.
- Schiffman, L. G, & Kanuk, L. L. (2007). *Consumer Behavior*. New Jersey: Peason Prestice Hall

- Sekaran, Uma & Bougie, Roger. (2010). *Research Method for Business A Skill Building Approach* (5<sup>th</sup> edition). United Kingdom: John Wiley & Sons Ltd.
- Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif dan R&D*. Bandung: CV ALfabeta.
- Sukardi. (2003). *Metodologi Penelitian Pendidikan Kompetensi dan Prakteknya*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Sutisna. (2002). *Perilaku Konsumen & Komunikasi Pemasaran*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Uebersax, John S. (2006) "*Likert Scales: Dispelling the Confusion.*" *Statistical Methods for Rater Agreement*.
- Uma, Sekaran. (2006). *Research Methods For Business* (Metode Penelitian untuk Bisnis). Edisi empat buku 1. Salemba Empat.. Universitas Diponegoro. Semarang

Alfatris, Tika Dian. *Jurnal Pengaruh Harga, Promosi, Kualitas Produk dan Kepercayaan (Trust) Terhadap Minat Beli Terhadap Minat Beli K-Pop (Korean Pop) Album dengan Sistem Pre Order Secara Online (Studi pada Online Shop Kordo Day Shop (CORP) Semarang*.

Prawira, Bayu dan Yasa, Ni Nyoman Kerti. *Jurnal Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Persepsi Harga terhadap Minat Beli Produk Smartphone Samsung di Kota Denpasar*.

Sani, Ahmad. Maharani, Vivin. 2013. *Metodologi Penelitian Manajemen Sumber Daya Manusia : Teori, Kuesioner, dan Analisis Data*. Malang: Uin Press Singarimbun, Masri dan Sofian Effendi, *Metode Penelitian Survei*, Jakarta: LP3ES,

Ulfa, Hanif. *Skripsi Pengaruh Produk, Harga dan Promosi Terhadap Minat Beli Hijab (Studi Kasus pada Toko Fidza Collection di Desa Mayangkawis Kec Balen Bojonegoro*.

<https://ekonomi.kompas.com/read/2016/06/08/193000626/ralph.lauren.bakal.phk.1.200.karyawan.dan.tutup.50.butik>

[https://en.wikipedia.org/wiki/Ralph\\_Lauren](https://en.wikipedia.org/wiki/Ralph_Lauren)

<http://kaospabrik.com/perbedaan-polo-shirt-dengan-t-shirt/>

[http://eprints.walisongo.ac.id/3686/1/102411156\\_Coverdll.pdf](http://eprints.walisongo.ac.id/3686/1/102411156_Coverdll.pdf)

<https://marketing.co.id/karakter-dan-perilaku-khas-konsumen-indonesia/>

<https://teen.kapanlagi.com/boys/fashion/apakah-polo-shirt-itu-0d842d.html>

<https://www.biografiku.com/2016/09/biografi-dan-profil-ralph-lauren-kisa.html>