

## **BAB VI**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **6.1. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka berdasarkan bab-bab sebelumnya, maka pada bab ini akan diambil kesimpulan serta saran dari penulis bagi perusahaan.

##### **6.1.1. Perhitungan Statistik**

Berdasarkan hasil analisis seperti yang tercantum pada bab 5, maka penulis dapat menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Diperoleh nilai koefisien korelasi antara kualitas produk dan harga sebesar 0.784. Hal ini berarti korelasi yang ada berada di taraf kuat, yang termasuk kategori 0.601-0.800. Dengan korelasi yang kuat maka dapat dikatakan bahwa variabel kualitas produk memiliki pengaruh yang kuat terhadap variabel harga.
2. Berdasarkan koefisien determinasi didapatkan skor sebesar 61.5%. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa kualitas produk yang dilakukan CV. Bintang Jaya Mandiri berpengaruh besar terhadap harga CV. Bintang Jaya Mandiri yaitu sebesar 61.5%. Sedangkan 38.5% (100% - 61.5%) yang menjadi sisanya merupakan faktor lain diluar penelitian ini seperti brand image, kualitas produk, harga dan lain sebagainya.

### **6.1.2. Analisis Deskriptif**

Hasil deskripsi dari penelitian menunjukkan bahwa variabel kualitas produk terhadap Harga di CV. Bintang Jaya Mandiri telah dilakukan dengan baik dan mendapat respon positif dari responden – responden yang telah mengisi kuesioner.

#### **6.1.2.1. Kontinum Variabel**

1. Berdasarkan garis kontinum variabel kualitas produk maka CV. Bintang Jaya Mandiri terkategori baik. Hal tersebut diambil berdasarkan 12 pernyataan di dalam kuesioner yang telah disebar ke 100 orang responden, maka diketahui skor aktual sebesar 4690 yang terletak di antara 4080-5040 yang terkategori baik.
2. Berdasarkan garis kontinum variabel harga maka CV. Bintang Jaya Mandiri terkategori baik. Hal tersebut diambil berdasarkan 4 pernyataan di dalam kuesioner yang telah disebar ke 100 orang responden, maka diketahui skor aktual sebesar 1593 yang terletak di antara 1360 - 1680 yang terkategori baik.

#### **6.1.2.2. Tanggapan responden**

Berdasarkan hasil dan pembahasan penelitian, dapat disimpulkan bahwa rata-rata responden yang data ke CV. Bintang Jaya Mandiri berusia kurang dari 30 tahun dengan mayoritas konsumen adalah perempuan. Kemudian terdapat peringkat tertinggi dan terendah diambil dari rekapitulasi variabel sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil tanggapan responden terhadap variabel kualitas produk diurutkan berdasarkan skor tertinggi dari pernyataan dapat dilihat rata-rata

skor dari jawaban responden terhadap 12 pernyataan terhadap variabel kualitas produk terdapat 3 pernyataan yang mendapat skor tertinggi sebagai berikut:

- a. Pada peringkat tertinggi pertama pernyataan “Konsumen puas dengan produk yang ditawarkan”, dengan skor rata-rata sebesar 4.07 yang masuk dalam kategori setuju. Hal ini dikarenakan perusahaan selalu ingin memberikan produk dengan kualitas yang baik diantaranya adalah dengan menawarkan berbagai pilihan jenis dengan detail yang menarik.
  - b. Pada peringkat tertinggi kedua pernyataan “Produk yang dijual memiliki kualitas yang baik”, dengan skor rata-rata sebesar 3.98 yang masuk dalam kategori setuju. Hal ini dikarenakan kualitas produk yang ditawarkan terbuat dari bahan yang hanya sesuai dengan rekomendasi perusahaan.
  - c. Pada peringkat tertinggi kedua pernyataan “Kain yang dijual tidak murahan”, dengan skor rata-rata sebesar 3.96 yang masuk dalam kategori setuju. Hal ini dikarenakan kualitas produk yang ditawarkan terbuat dari bahan yang hanya sesuai dengan rekomendasi perusahaan.
2. Berdasarkan hasil tanggapan responden terhadap variabel kualitas produk dari pernyataan dapat dilihat rata-rata skor dari jawaban responden terhadap 12 pernyataan terhadap variabel kualitas produk, maka terdapat 3 pernyataan yang mendapat skor terendah sebagai berikut:
- a. Pada peringkat terendah pertama adalah pernyataan “Kain yang disediakan tahan lama”, dengan skor rata-rata sebesar 3.84 yang masuk dalam kategori setuju. Hal ini dikarenakan perusahaan memastikan kain yang

dijual adalah kain dengan kualitas produk yang tahan lama dengan harga yang relatif terjangkau sesuai dengan keinginan konsumen.

- b. Pada peringkat terendah kedua adalah pernyataan “Produk yang di tawarkan perusahaan banyak motifnya”, dengan skor rata-rata sebesar 3.81 yang masuk dalam kategori setuju. Hal itu dikarenakan perusahaan cukup mengikuti perkembangan zaman yang lebih sering digunakan oleh konsumen. Sehingga perusahaan menyediakan berbagai motif untuk dijual agar konsumen merasa lebih tertarik mengunjungi perusahaan ini.
  - c. Pada peringkat terendah ketiga adalah pernyataan “Produk kain yang dijual nyaman untuk digunakan”, dengan skor rata-rata sebesar 3.79 yang masuk dalam kategori setuju. Hal itu dikarenakan bahan yang digunakan dalam pembuatan kain ini telah di sortir terlebih dahulu dan hanya menggunakan bahan yang merupakan rekomendasi perusahaan.
3. Berdasarkan hasil tanggapan responden terhadap variabel harga dari pernyataan dapat dilihat rata-rata skor dari jawaban responden terhadap 4 pernyataan terhadap variabel harga, maka terdapat pernyataan yang mendapat skor tertinggi dan terendah sebagai berikut:
- a. Pada peringkat tertinggi adalah pernyataan “Harga yang ditetapkan sesuai dengan kualitas produk”, dengan skor rata-rata sebesar 4.10 yang masuk dalam kategori setuju. Hal ini dikarenakan perusahaan selalu mengutamakan kualitas produk untuk menyesuaikan penetapan harga jual kain agar kepuasan konsumen bisa tercapai.

- b. Pada peringkat terendah adalah pernyataan “Harga yang ditetapkan memiliki daya saing dengan pengusaha lainnya”, dengan dengan skor rata-rata sebesar 3.89 yang masuk dalam kategori setuju. Hal ini dikarenakan konsumen sebelum membeli membandingkan terlebih dahulu harga di perusahaan lain. Namun konsumen merasa harga yang ditawarkan oleh perusahaan lain lebih mahal di bandingkan harga yang di tawarkan CV. Bintang Jaya Mandiri.

## 6.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan, maka ada beberapa hal yang dapat disarankan bagi CV. Bintang Jaya Mandiri. Selalu meningkatkan dalam hal kualitas produk di CV. Bintang Jaya Mandiri. Serta tetap menjadikan prioritas mengenai kualitas produk tersebut sebagai salah satu tujuan utama CV. Bintang Jaya Mandiri untuk mengembangkan usaha ini, karena hal tersebut dapat berdampak besar pada keseimbangan penetapan harga yang diterapkan untuk setiap produk di CV. Bintang Jaya Mandiri.

Beberapa hal yang dapat penulis sarankan kepada pihak CV. Bintang Jaya Mandiri dari dimensi-dimensi dan peringkat rekapitulasi, antara lain adalah:

1. Dengan tingkat kenyamanan produk yang dikenakan oleh konsumen. Perusahaan harus tetap meningkatkan dalam pemilihan kualitas bahan yang akan digunakan dan diharapkan tetap memperhatikan *trend* sesuai dengan perkembangan zaman agar konsumen tetap percaya diri dalam menggunakan produk yang ada.

2. Dengan varian motif yang disediakan oleh perusahaan diharapkan lebih memberikan opsi kepada konsumen dalam memilih dan membeli produk yang ada. Selain itu motif yang disediakan pun diharapkan berbeda dengan perusahaan lain agar tetap memberikan ciri khas pada setiap bahan yang di produksinya

## DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, David A., V.Kumar., Robert P.Leone., dan George.S.Day. (2011). *Marketing Research*, 10th ed, New York: John Wiley & Sons, Inc.
- Ali Hasan. 2013. *Marketing, Cetakan Pertama*. Yogyakarta: Media Pressdindo
- Agnes Ligia Pratisitia Walukow,dkk. 2014. Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Bentenan Center Sonder Minahasa. ISSN 2303-1174
- Amrullah, AR., dan Agustin, S. 2016. "Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Honda Beat". *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, (Online), Vol 5, No 7:1-15, (<https://ejournal.stiesia.ac.id>).
- Buchari Alma. 2012. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Alfabeta: Bandung
- Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8). Cetakan ke VIII*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gulo, W. 2012. *Metode Penelitian*. Jakarta: PT. Grasindo.
- Hartono, Jogiyanto. 2013. *Metodologi Penelitian Bisnis Salah Kaprah dan Pengalaman-pengalaman*. Edisi 5. BPFE-Yogyakarta. Yogyakarta.
- Heru Santoso dan Yoyok. Soesatyo, 2014. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Nokia Lumia 520 di Surabaya, *Jurnal Ilmu Manajemen*, Vol 2, No 2, April 2014. Universitas Negeri Surabaya.
- Indriyo Gitosudarmo. 2008. *Manajemen Pemasaran*, edisi pertama, cetakan keempat. Yogyakarta : Penerbit BPFE
- Kotler, Philip and Keller. 2012. *Marketing Managemen, 14th Edition*. Pearson Education,Inc.
- Kotler, Philip and Gary Armstrong. 2012. *Prinsip-prinsip Pemasaran. Edisi 13. Jilid 1*. Jakarta: Erlangga
- Lupiyoadi, Rambat. 2013. *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi (Edisi 3)*. Jakarta: Salemba Empat
- Muslichah erma widiana, endah rusmawati. 2014. Pengaruh ekuitas merek, kualitas produk dan penjualan perorangan terhadap keputusan pembelian produk maspion didesa seruni gedang sidoarjo. *E-jurnal manajemen kinerja*. ISSN 2407-7305
- R. A. P, Moh Martono & Sri Setyo Iriani. 2014. Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen Produk Batik Sendang Duwur Lamongan. *Jurnal Ilmu Manajemen*, Vol.2 No.2.
- Sekaran, Uma dan Bougie, Roger. 2013. *Research Methods for Business*. United Kingdom: Jhon Wiley & Sons Ltd.
- Sumarni, Murti dan John Soeprihanto. 2010. *Pengantar Bisnis (Dasar-dasar Ekonomi Perusahaan)*. Edisi ke 5. Yogyakarta: Liberty Yogyakarta

- Sugiyono. 2012. *Metodelogi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Penerbit CV. Alfabeta.
- Sugiyono. 2013. *Metodelogi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Penerbit CV. Alfabeta.
- Sugiyono. 2014. *Metodelogi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Penerbit CV. Alfabeta.