

BAB V

PENUTUP

1.1. Kesimpulan

Berdasarkan analisis dan pembahasan hasil penelitian yang telah dideskripsikan pada bab sebelumnya, maka diperoleh simpulan penelitian sebagai berikut:

1. Citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian printer Epson di Raja Ink Yogyakarta.
2. Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian printer Epson di Raja Ink Yogyakarta.
3. Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian printer Epson di Raja Ink Yogyakarta.
4. Citra merek, kualitas produk, dan promosi secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian printer Epson di Raja Ink Yogyakarta.
5. Variabel yang paling dominan berpengaruh terhadap pembelian printer Epson di Raja Ink Yogyakarta adalah promosi.

5.2. Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas, berikut ini beberapa saran yang diberikan peneliti, antara lain:

1. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa citra merek printer Epson berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian printer Epson di Raja Ink Yogyakarta. Namun dalam penelitian ini, citra merek merupakan variabel yang kurang kuat pengaruhnya dibanding dengan kualitas produk dan promosi. Indikator yang memiliki nilai paling rendah adalah faktor kepopuleran merek Epson. Oleh karena itu, Epson harus meningkatkan citra merek yang dimiliki dengan meningkatkan persona yang menarik perhatian pelanggan dan mengartikulasikan pembeda produk Epson dan produk milik kompetitor. Selain itu juga dapat dilakukan dengan membina hubungan yang baik dan lebih dekat dengan pelanggan supaya merek Epson semakin mudah diingat oleh pelanggan.
2. Hasil penelitian ini dapat diketahui bahwa kualitas produk printer Epson berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian printer Epson di Raja Ink Yogyakarta. Indikator kualitas produk yang memiliki nilai yang paling rendah adalah indikator estetika produk printer Epson. Untuk meningkatkan hal tersebut, Epson perlu membuat inovasi design produk yang lebih estetik dan *compact* sehingga dapat menarik perhatian pelanggan dan menjadi pertimbangan pelanggan dalam pengambilan keputusan pembelian. Selain itu kinerja produk, layanan service produk dan daya tahan produk yang sudah baik tetap harus terjaga dan semakin

ditingkatkan supaya dapat memenuhi kebutuhan pelanggan dan meningkatkan kepuasan pelanggan sehingga pelanggan akan melakukan pembelian ulang printer Epson.

3. Promosi printer Epson berpengaruh positif dan paling dominan di antara variabel yang lainnya terhadap keputusan pembelian printer Epson di Raja Ink Yogyakarta. Meningat kontribusi yang besar maka perlu mempertahankan dan meningkatkan promosi yang sudah berjalan. Indikator yang memiliki nilai paling rendah dalam promosi adalah efektivitas iklan yang digunakan. Untuk itu perlu adanya pengkajian ulang akan media iklan yang digunakan saat ini. Pada era milenial ini, iklan elektronik melalui internet dan sosial media paling banyak dilihat dan memiliki dampak yang baik terhadap penjualan. Banyak kalangan yang saat ini menggunakan sosial media untuk mencari informasi yang mereka butuhkan. Penggunaan sosial media dirasa paling efektif digunakan pada era ini. Meski begitu media iklan yang lain juga dapat tetap digunakan namun sebelumnya perlu menilai efektifitas media iklan tersebut. Selain itu faktor besaran potongan harga yang diberikan ternyata memiliki dampak yang paling dominan dalam penelitian ini. Hal ini perlu dipertahankan namun perlu juga adanya inovasi dalam memberikan potongan supaya tidak dimanfaatkan oleh penjual retail melakukan kecurangan dengan melaporkan *claim* fiktif yang dalam jangka panjangnya akan berdampak pada harga, contohnya akan

terjadi *price war* antar penjual retail. Dengan demikian inovasi promosi yang lebih kreatif dan menarik secara menyeluruh sangat diperlukan tentunya dengan mempertimbangkan dampak positif dan negatif promosi tersebut.

5.3. Keterbatasan Penelitian

Adapun keterbatasan penelitian ini adalah mengingat teknik pendistribusian kuesioner menggunakan aplikasi *google form* maka peneliti tidak dapat mengontrol jawaban responden secara langsung, sehingga dimungkinkan adanya ketidaksesuaian responden dengan kriteria yang telah ditentukan dalam penelitian.