

BAB V

KESIMPULAN, IMPLIKASI, DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Setelah menganalisis data primer mengenai pengaruh persepsi kualitas dan persepsi risiko terhadap keputusan pembelian printer Epson dan printer Canon, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil analisa deskriptif pada penelitian ini diantaranya
 - a. Pengguna printer Epson dan Canon secara keseluruhan memberikan penilaian yang baik terhadap persepsi kualitas yang dimiliki kedua perusahaan tersebut. Hal ini dapat dilihat dari respon positif para responden pada pernyataan-pernyataan di variabel persepsi kualitas yang mencakup dimensi *performance*, *features*, *conformance*, *reliability*, *durability*, *serviceability*, dan *fit and finish*.
 - b. Penghitungan variabel persepsi risiko pada merek Epson dan merek Canon memperlihatkan bahwa sebagian besar responden memberikan respon positif. Respon positif itu mencakup dimensi-dimensi variabel persepsi risiko yaitu risiko keuangan, risiko fungsional, dan risiko waktu.
 - c. Pada variabel keputusan pembelian, sebagian besar responden merespon positif terhadap pernyataan yang ada pada dimensi keputusan pembelian yaitu *problem recognition*, *information search*, *evaluation of alternatives*, dan *purchase decision*.

2. Variabel persepsi kualitas printer Epson berpengaruh terhadap keputusan pembelian printer Epson. Hal ini juga terjadi pada hubungan persepsi kualitas printer Canon terhadap keputusan pembelian printer Canon.
3. Variabel persepsi risiko printer Epson berpengaruh terhadap keputusan pembelian printer Epson. Hal ini juga terjadi pada pengaruh persepsi risiko keputusan pembelian printer Canon terhadap keputusan pembelian printer Canon.
4. Kedua variabel independen yaitu persepsi kualitas dan persepsi risiko secara simultan memiliki pengaruh terhadap variabel dependen yaitu keputusan pembelian. Hal ini terjadi pada pengguna printer Epson dan printer Canon.
5. Terdapat perbedaan antara keputusan pembelian printer merek Epson dengan printer merek Canon. Ini berarti terdapat perbedaan dalam hal pertimbangan-pertimbangan yang dilakukan oleh pelanggan sebelum melakukan keputusan pembelian printer merek Epson dengan printer merek Canon.

5.2 Implikasi

Hasil analisa membuktikan bahwa persepsi kualitas dan persepsi risiko berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Hal tersebut berimplikasi bahwa keputusan pembelian dapat ditingkatkan melalui peningkatan terhadap persepsi kualitas serta pengurangan persepsi risiko. Oleh karena itu perusahaan sebaiknya selalu menjaga serta menjaga serta

meningkatkan persepsi kualitas dan mereduksi tingkat persepsi risiko yang dimiliki konsumen demi meningkatkan keputusan pembelian.

Berdasarkan temuan pada analisis deskriptif, aspek pada persepsi kualitas dan persepsi risiko yang perlu ditingkatkan adalah:

1. Pada variabel keputusan pembelian (Y) terdapat empat dimensi, yaitu *problem recognition*, *information search*, *evaluation of alternatives*, dan *purchase decision*.

Pada dimensi *problem recognition*, Epson sudah cukup baik dalam menempatkan posisi di benak konsumen dalam hal kesadaran memilih produk. Oleh karena itu, Epson perlu mempertahankan posisinya dalam dimensi ini serta meningkatkannya bila perlu.

Pada dimensi *information search*, Epson juga memiliki nilai yang baik dalam hal pencarian informasi. Hal ini menandakan bahwa informasi yang diberikan dalam promosi penjualan yang dilakukan Epson dapat dicerna dengan baik oleh konsumen. Epson dapat melakukan upaya peningkatan nilai dalam dimensi ini dengan membuat informasi produk yang disampaikan lebih menarik dan mudah dimengerti oleh konsumen.

Nilai yang baik juga diperoleh Epson dalam dimensi *evaluation of alternatives*. Konsumen tidak membutuhkan banyak waktu ketika hendak memilih satu dari alternatif-alternatif produk yang disediakan Epson, dibanding produk pesaingnya. Epson tentu perlu mempertahankan keunggulan ini dengan memberikan alternatif-alternatif yang sesuai dengan kebutuhan konsumen.

Terakhir, dimensi yang paling penting yaitu *purchase decision*. Epson boleh dibilang unggul dalam dimensi ini. Ada keyakinan dalam diri konsumen saat membeli produk Epson, dan hal ini yang patut dipertahankan serta ditingkatkan.

2. Pada variabel persepsi kualitas (X_1), terdapat tujuh dimensi, yaitu *performance*, *features*, *conformance*, *reliability*, *durability*, *serviceability*, dan *fit and finish*.

Pada dimensi *performance*, Epson mendapat banyak respon positif. Artinya, responden terbilang puas dengan performa printer Epson secara umum. Epson perlu meningkatkan kepuasan ini dengan meningkatkan performa kerja printer, khususnya dari segi efisiensi penggunaan tinta.

Pada dimensi *features*, nilai positif kembali diraih oleh Epson. Epson dinilai baik dalam memberikan fitur-fitur pada printer yang diproduksinya. Hal ini perlu ditingkatkan dengan terus *up-to-date* terhadap perkembangan teknologi terkini tanpa menghilangkan fungsi utama produk, sehingga manfaat printer tetap dapat dirasakan oleh pelanggan.

Pada dimensi *conformance*, meskipun lebih banyak responden yang menjawab setuju, namun nilainya lebih rendah dari produk pesaing. Selain itu, respon biasa saja juga memiliki nilai yang cukup tinggi. Hal ini berarti perangkat printer secara keseluruhan belum bisa dibilang berfungsi dengan baik. Epson perlu memperhatikan kondisi ini, dengan

meningkatkan kualitas dari tiap-tiap bagian penting dalam perangkat printer, sehingga kinerja yang dihasilkan dapat lebih baik dirasakan oleh konsumen.

Pada dimensi *reliability*, selisih respon biasa saja dan setuju yang diperoleh Epson terbilang kecil. Ini berarti tidak sedikit responden yang cenderung belum terlalu percaya akan stabilitas printer Epson dalam tingkat pemakaian yang tinggi. Hal ini perlu diperbaiki oleh pihak Epson. Epson perlu melakukan optimalisasi dalam perangkat printer yang diproduksi agar tingkat stabilitas printer bisa lebih maksimal.

Pada dimensi *durability*, meskipun kebanyakan responden menjawab setuju, namun respon biasa saja memperoleh skor yang cukup besar. Hal ini menandakan printer Epson belum begitu dipercaya oleh konsumen dalam hal masa pakai produk. Epson perlu meningkatkan kualitas printernya agar tetap berfungsi dengan baik dalam kurun waktu yang panjang.

Pada dimensi *serviceability*, respon yang diperoleh Epson terkonsentrasi pada jawaban biasa saja dan setuju. Dapat disimpulkan, pelayanan yang diberikan *sales person* Epson masih standar, meskipun pengetahuan akan produk yang dimiliki *sales person* Epson pada umumnya sudah baik. Hal ini perlu diperhatikan pihak Epson. *Sales person* yang dipekerjakan haruslah yang memiliki kemampuan berkomunikasi yang baik, percaya diri, serta persuasif tanpa terkesan memaksa. Perlu dipastikan bahwa informasi yang sampai kepada

konsumen tepat sasaran.

Pada dimensi *fit and finish*, Epson memperoleh respon positif yang baik dari responden. Hal ini patut dipertahankan oleh Epson, dan bila perlu tetap rutin memperbaharui tampilan akhir dari produk printernya agar tetap diminati oleh konsumen.

3. Pada variabel persepsi risiko (X_2), terdapat tiga variabel, yaitu risiko keuangan, risiko fungsional, serta risiko waktu.

Pada dimensi risiko keuangan, setengah dari responden menjawab setuju. Hal ini berarti Epson sudah memberikan harga yang tepat untuk produk yang berkualitas. Selain itu, Epson juga telah memberikan harga yang masuk akal untuk *cartridge*, *sparepart*, serta biaya *service* yang dibutuhkan.

Pada dimensi risiko fungsional, kebanyakan responden merespon positif. Ini berarti bahwa secara fungsional, konsumen menggambarkan kemungkinan yang kecil akan terjadinya kerusakan pada printer Epson. Hal ini perlu dipertahankan oleh pihak Epson.

Dalam dimensi risiko waktu, Epson juga memperoleh respon positif. Kecepatan printer Epson baik dalam mencetak maupun proses *cleaning* tidak menjadi kekhawatiran bagi konsumen Epson dan hal ini patut dipertahankan oleh pihak Epson agar tidak mengurangi tingkat keputusan pembelian.

5.3 Saran

1. Saran – saran untuk penelitian lanjutan:

- a. Hendaknya menambahkan referensi-referensi terbaru serta menambahkan review penelitian terdahulu, sehingga hasil penelitian bisa lebih dipertanggung jawabkan.
 - b. Hendaknya menambahkan variabel lain seperti persepsi harga, citra perusahaan, dan lain-lain agar dapat mengeksplorasi kemungkinan variabel lain yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian.
2. Saran – saran yang ditujukan untuk perusahaan Epson:
- a. Perusahaan Epson sebaiknya meningkatkan kualitas produk mereka agar persepsi pelanggan akan produk Epson terus meningkat secara positif. Hal ini dapat dilakukan dengan mengembangkan teknologi dalam fitur-fitur yang tersedia pada printer, serta meningkatkan ketahanan dan kestabilan yang tentunya akan bermanfaat bagi pelanggan.
 - b. Untuk mengurangi persepsi risiko yang mungkin timbul dari penggunaan printer Epson, perusahaan sebaiknya memproduksi printer berkualitas baik, namun dengan harga yang terjangkau oleh pelanggan. Adapun printer berkualitas baik yang harus diproduksi oleh Epson adalah printer yang berfungsi dengan baik, dan proses operasionalnya cepat.
 - c. Untuk meningkatkan keputusan pembelian sebaiknya kedua perusahaan mengevaluasi apakah harga yang mereka tetapkan sudah setimpal dengan kualitas serta nilai yang mereka tawarkan. Selain itu perusahaan sebaiknya memperbaiki akses informasi dan

akses untuk mendapatkan produk sehingga pelanggan merasa dimudahkan.