

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh penulis didapatkan hasil kesimpulan Sebagai berikut:

1. Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap harga kompetitif. Promosi yang efektif membantu perusahaan meningkatkan daya saing harga di pasar pada PT OGZ Research and Publishing
2. Kualitas layanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap harga kompetitif. Pelayanan yang baik meningkatkan nilai produk, sehingga mendukung strategi harga yang lebih kompetitif PT OGZ Research and Publishing.
3. Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap harga kompetitif. Produk berkualitas tinggi memberikan perusahaan kemampuan untuk menetapkan harga yang tetap kompetitif PT OGZ Research and Publishing.
4. Promosi tidak berpengaruh signifikan secara langsung terhadap keputusan pembelian. Namun, dampaknya mungkin terjadi melalui variabel lain seperti harga kompetitif PT OGZ Research and Publishing.
5. Kualitas layanan memiliki pengaruh negative dan signifikan terhadap keputusan pembelian, yang menunjukkan adanya kemungkinan faktor lain yang lebih dominan dalam menciptakan keunggulan PT OGZ Research and Publishing.

6. Kualitas produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Produk berkualitas tinggi menjadi elemen penting dalam memperkuat daya saing perusahaan PT OGZ Research and Publishing.
7. Harga kompetitif memiliki pengaruh dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Harga yang bersaing menjadi faktor utama dalam memenangkan pasar PT OGZ Research and Publishing.
8. Promosi memengaruhi dan signifikan keputusan pembelian melalui harga kompetitif. Promosi yang efektif meningkatkan harga kompetitif yang pada akhirnya memperkuat keputusan pembelian PT OGZ Research and Publishing.
9. Kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian melalui harga kompetitif. Layanan yang baik memperkuat daya saing harga, yang kemudian meningkatkan keunggulan perusahaan PT OGZ Research and Publishing.
10. Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian melalui harga kompetitif. Produk berkualitas tinggi memberikan nilai tambah yang signifikan, memperkuat posisi kompetitif perusahaan PT OGZ Research and Publishing.

5.2 Saran

5.2.1 Saran Keilmuan

1. Optimalisasi Promosi:

- 1) Meningkatkan penggunaan analisis data pasar untuk memahami preferensi konsumen dan tren terkini.

- 2) Merancang kampanye promosi yang lebih terarah dengan segmentasi pasar yang lebih tepat dan relevan dengan kebutuhan target pasar.
- 3) Menggunakan berbagai platform promosi yang efektif seperti media sosial, email marketing, atau promosi berbasis aplikasi untuk mencapai audiens yang lebih luas.

2. Peningkatan Kualitas Layanan:

- 1) Meningkatkan pelatihan dan pengembangan keterampilan tim layanan pelanggan agar dapat memberikan respons yang lebih cepat dan solutif terhadap keluhan pelanggan.
- 2) Menyelenggarakan survei dan wawancara dengan pelanggan untuk lebih memahami kebutuhan dan ekspektasi mereka, sehingga layanan dapat disesuaikan dengan harapan tersebut.
- 3) Menerapkan sistem feedback untuk terus memantau kepuasan pelanggan dan melakukan perbaikan berkelanjutan terhadap kualitas layanan.

5.2.2 Saran Manajerial

1. Fokus pada Kualitas Produk:

- 1) Melakukan pengujian produk secara berkala untuk memastikan setiap produk memenuhi standar kualitas yang telah ditetapkan perusahaan.
- 2) Mengutamakan inovasi produk dengan mengembangkan fitur baru atau memperbaiki kualitas yang ada agar tetap relevan dengan kebutuhan pasar.

- 3) Memastikan proses produksi yang efisien dan kualitas bahan baku yang tinggi untuk mendukung produk berkualitas yang berkelanjutan.

2. Strategi Harga yang Kompetitif:

- 1) Melakukan analisis pasar secara rutin untuk memahami pergerakan harga pesaing dan menetapkan harga yang kompetitif tanpa mengorbankan kualitas produk.
- 2) Menerapkan strategi harga berbasis nilai, di mana harga ditentukan dengan mempertimbangkan manfaat yang diberikan kepada pelanggan.
- 3) Menawarkan berbagai pilihan harga, seperti paket bundling atau diskon musiman, untuk menarik berbagai segmen pelanggan tanpa merusak margin keuntungan.

3. Integrasi Strategi:

- 1) Mengintegrasikan promosi, kualitas layanan, dan kualitas produk dalam satu pendekatan yang saling mendukung untuk menciptakan pengalaman pelanggan yang konsisten dan menyeluruh.
- 2) Menyusun rencana komunikasi yang jelas antara departemen pemasaran, layanan pelanggan, dan pengembangan produk untuk memastikan tujuan bersama dalam memperkuat keputusan pembelian.
- 3) Menggunakan umpan balik dari pelanggan untuk memperbaiki dan menyempurnakan ketiga elemen tersebut, sehingga perusahaan dapat menciptakan dampak sinergis yang memperkuat posisi di pasar.