

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Setelah melakukan penelitian, pengumpulan dan menganalisis terhadap data yang telah di peroleh dari responden dengan menggunakan analisis PLS untuk melakukan pengujian terhadap minat beli dalam penelitian ini, maka kesimpulan dan saran adalah sebagai berikut:

1. Persepsi kualitas produk adalah salah satu faktor yang mampu memberikan kontribusi dalam hal meningkatkan minat beli Oli Mesran. Yang artinya, apabila perusahaan dapat memberikan dan meningkatkan kualitas produk yang diberikan terhadap konsumen bisa dipastikan akan meningkatkan juga minat beli konsumen karena persepsi tentang kualitas produk itu baik.
2. Persepsi harga adalah salah satu faktor yang mampu memberikan kontribusi dalam hal meningkatkan minat beli Oli Mesran. Yang artinya, apabila perusahaan dapat memberikan kebijakan harga terbaik seperti keterjangkauan atau kesesuaian manfaat yang diterima maka tidak menutup kemungkinan pada kemudian hari konsumen akan melakukan pembelian produk tersebut karena persepsi konsumen tentang harga Oli Mesran baik.

## 5.2 Saran

Sebagai implikasi dari penelitian ini dapat dikemukakan beberapa saran yang dapat dijadikan pertimbangan atau dimanfaatkan sebagai bahan evaluasi perusahaan, antara lain:

1. Diharapkan perusahaan dapat memberikan “Kualitas terbaik” pada produknya yang mana bisa di artikan sebagai bukti nyata dari sebuah kepedulian dan perhatian yang diberikan oleh perusahaan kepada konsumen, hal ini meliputi kemampuan atau keandalan produk nya. Khusus nya pada indikator yang paling berpengaruh pada persepsi kualitas produk yaitu Kenyamanan saat berkendara. Dengan memprioritaskan performa oli yang dapat dirasakan kenyamanannya saat berkendara, tidak menutup kemungkinan akan meningkatkan keinginan konsumen untuk berminat membeli produk tersebut.
2. Diharapkan perusahaan dapat memberi kebijakan harga terbaik untuk menetapkan harga produknya, khusus nya mempertimbangkan keterjangkauan harga produknya seperti indikator pertama pada persepsi harga, dengan hal ini diharapkan mendapat persepsi baik dari konsumen mengenai harga produk tersebut, dengan tujuan meningkatkan keinginan konsumen untuk membeli produk tersebut.
3. Diharapkan perusahaan tidak hanya berfokus terhadap persepsi kualitas produk dan persepsi harga saja guna meningkatkan minat beli dari konsumen dikarenakan masih banyak variabel lain yang mampu meningkatkan minat beli, adapun hal-hal lain yang harus tetap menjadi perhatian untuk penelitian selanjutnya guna meningkatkan minat beli

antara lain, citra merek, promosi, dan kualitas layanan. Dengan menaruh perhatian terhadap variable ini maka dapat dipastikan minat beli konsumen akan meningkat.