

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil analisis probabilitas pada Bab IV, maka kesimpulan yang dapat diambil adalah :

1. Probabilitas Marjinal
  - a. Probabilitas konsumen membeli raket Li-Ning dan raket Yonex berdasarkan aspek citra merek sebesar 0,76 atau 76%.
  - b. Probabilitas konsumen membeli raket Li-Ning dan raket Yonex berdasarkan aspek harga sebesar 0,69 atau 69%.
  - c. Probabilitas konsumen membeli raket Li-Ning dan raket Yonex berdasarkan aspek kualitas produk sebesar 0,80 atau 80%.
  - d. Probabilitas konsumen membeli raket Li-Ning sebesar 0,50 atau 50%.
  - e. Probabilitas konsumen membeli raket Yonex sebesar 0,50 atau 50%.
2. Probabilitas Bersama
  - a. Li-Nng
    - 1) Probabilitas konsumen membeli raket Li-Ning berdasarkan aspek citra merek sebesar 0,78 atau 78%.
    - 2) Probabilitas konsumen membeli raket Li-Ning berdasarkan aspek harga sebesar 0,70 atau 70%.

- 3) Probabilitas konsumen membeli raket Li-Ning berdasarkan aspek kualitas produk sebesar 0,96 atau 96%.
  - 4) Probabilitas konsumen membeli raket Li-Ning berdasarkan aspek citra merek dan harga sebesar 0,64 atau 64%.
  - 5) Probabilitas konsumen membeli raket Li-Ning berdasarkan aspek citra merek dan kualitas produk sebesar 0,84 atau 84%.
  - 6) Probabilitas konsumen membeli raket Li-Ning berdasarkan aspek harga dan kualitas produk sebesar 0,72 atau 72%.
  - 7) Probabilitas konsumen membeli raket Li-Ning berdasarkan aspek citra merek, harga dan kualitas produk sebesar 0,76 atau 76%.
- b. Yonex
- 1) Probabilitas konsumen membeli raket Yonex berdasarkan aspek citra merek sebesar 0,74 atau 74%.
  - 2) Probabilitas konsumen membeli raket Yonex berdasarkan aspek harga sebesar 0,68 atau 68%.
  - 3) Probabilitas konsumen membeli raket Yonex berdasarkan aspek kualitas produk sebesar 0,64 atau 64%.
  - 4) Probabilitas konsumen membeli raket Yonex berdasarkan aspek citra merek dan harga sebesar 0,56 atau 56%.
  - 5) Probabilitas konsumen membeli raket Yonex berdasarkan aspek citra merek dan kualitas produk sebesar 0,60 atau 60%.

- 6) Probabilitas konsumen membeli raket Yonex berdasarkan aspek harga dan kualitas produk sebesar 0,58 atau 58%.
- 7) Probabilitas konsumen membeli raket Yonex berdasarkan aspek citra merek, harga dan kualitas produk sebesar 0,50 atau 50%.

### 3. Probabilitas Bersyarat

- a. Probabilitas raket Li-Ning terhadap pesaing raket Yonex berdasarkan aspek citra merek sebesar 0,780 atau 78%.
- b. Probabilitas raket Li-Ning terhadap pesaing raket Yonex berdasarkan aspek harga sebesar 0,70 atau 70%.
- c. Probabilitas raket Li-Ning terhadap pesaing raket Yonex berdasarkan aspek kualitas produk sebesar 0,960 atau 96%.

## 5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah dikemukakan diatas, maka dapat dikemukakan beberapa saran yaitu sebagai berikut :

1. Li-Ning sebaiknya melakukan peningkatan inovasi pada keunggulan asosiasi merek agar mampu bersaing dengan para kompetitor dan lebih unggul dalam menyediakan merek raket yang memiliki desain produk lebih menarik.
2. Li-Ning disarankan untuk selalu memonitor harga yang ditetapkan, agar harga tersebut tidak terlalu tinggi, sehingga perusahaan semakin tepat dalam menentukan penetapan harga dan dapat mempengaruhi keputusan pembelian produk yang semakin tinggi