

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi profil pembeli TV LED Sharp berdasarkan demografis pembeli saat *event*. Berdasarkan penelitian yang sudah dilakukan, maka dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut:

1. Pembeli merek Sharp paling banyak berada pada usia diatas 30 tahun, konsumen yang membeli TV LED merek Sharp lahir pada tahun 1980an yaitu mereka yang sudah pernah mengalami secara pribadi kualitas dari merek Sharp atau paling tidak generasi sebelum mereka pernah memiliki pengalaman akan televisi merek Sharp.
2. Alasan utama pembeli membeli merek TV LED merek Sharp adalah berkualitas tinggi, bisa dibilang awet dan konsumen yang loyal terhadap merek Sharp. Para pembeli tersebut sudah melakukan pembelian ulang terhadap produk Sharp. Peneliti menyimpulkan bahwa Sharp memiliki *brand image* yang kuat.
3. Melihat pendapatan dan pengeluaran pembeli yang membeli merek Sharp, mereka mempunyai pendapatan dan pengeluaran rata-rata diantara 2.000.000 sampai dengan 5.000.000 rupiah. Segmen kelompok masyarakat ini merupakan masyarakat menengah. Dari pengamatan peneliti, sasaran TV LED merek Sharp fokus terhadap kelas menengah.

4. Alasan utama pembeli berbelanja di toko Atlanta dan Modern adalah harga yang lebih murah dibandingkan tempat lain di Semarang dan pilihan barangnya lengkap. Bahkan beberapa ada yang sudah berlangganan di toko-toko tersebut karena mereka memiliki hubungan yang baik dengan pihak dari toko tersebut.
5. Kebanyakan pembeli TV LED yang datang dan membeli TV LED merek Sharp karena keinginan mereka akan TV LED. Faktor utamanya bukan karena adanya *event*, *event* menjadi daya tarik tersendiri bagi konsumen menginginkan produk tersebut. Jadi peneliti menyimpulkan bahwa *event* adalah pendorong bagi konsumen untuk membeli produk tersebut tetapi pemicu utamanya adalah keinginan akan memenuhi kebutuhan.

5.2. Saran

Setelah melakukan penelitian pada konsumen TV LED merek Sharp, maka peneliti ingin memberikan beberapa saran ke PT. Sharp Electronics Indonesia yang berguna untuk kemajuan PT. Sharp Electronics Indonesia kedepannya

1. Sharp perlu melakukan pengenalan akan produk lebih lagi kepada anak muda dengan kemasan yang lebih modern. Karena konsumen Sharp cenderung berada di usia 30 tahun keatas.
2. Sharp perlu memperbaiki transisi TV LED dari keadaan OFF ke ON karena membutuhkan waktu yang cukup lama untuk menyala.

3. Citra merek berkualitas dari Sharp sudah terbentuk dengan baik. Harus terus di jaga dengan memperbaiki kualitas layanan purna jual.

