

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan analisis dan diskusi dengan SmartPLS 3.0, penulis telah mencapai kesimpulan berikut tentang produk Semen Dynamix: *country of origin*, *brand image*, kualitas produk, kepercayaan, dan volume penjualan.

1. Pengaruh kepercayaan terhadap volume penjualan.

Terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara kepercayaan dengan volume penjualan yang artinya semakin tinggi kepercayaan konsumen terhadap produk maka semakin tinggi volume penjualan produk tersebut. Sebaliknya, semakin rendah kepercayaan konsumen terhadap produk maka semakin rendah volume penjualan produk tersebut.

2. Pengaruh *country of origin* terhadap volume penjualan.

Walaupun *country of origin* memiliki efek positif terhadap peningkatan volume penjualan, tetapi *country of origin* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap volume penjualan.

3. Pengaruh *brand image* terhadap volume penjualan.

Terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara *brand image* dengan volume penjualan yang artinya semakin baik *brand image* produk dan perusahaan maka semakin tinggi volume penjualan produk tersebut. Sebaliknya, semakin buruk *brand image* terhadap produk dan perusahaan maka semakin rendah volume penjualan produk tersebut.

4. Pengaruh kualitas produk terhadap volume penjualan.

Terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara kualitas produk dengan volume penjualan yang artinya semakin baik kualitas produk yang dihasilkan maka semakin tinggi volume penjualan produk tersebut. Sebaliknya, semakin buruk kualitas produk maka semakin rendah volume penjualan produk tersebut.

5. Pengaruh *country of origin* terhadap volume penjualan melalui kepercayaan. Terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara *country of origin* dengan

6. volume penjualan melalui kepercayaan yang artinya *country of origin* membuat volume penjualan semakin tinggi jika adanya kepercayaan dari konsumen. Sebaliknya, jika *country of origin* tanpa adanya kepercayaan konsumen terhadap produk tersebut maka akan semakin rendah volume penjualannya.
7. Pengaruh *brand image* terhadap volume penjualan melalui kepercayaan.
Terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara *brand image* dengan volume penjualan melalui kepercayaan yang artinya *brand image* membuat volume penjualan semakin lebih tinggi dengan adanya kepercayaan dari konsumen.
8. Pengaruh kualitas produk terhadap volume penjualan melalui kepercayaan.
Terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara kualitas produk dengan volume penjualan melalui kepercayaan yang artinya kualitas produk membuat volume penjualan semakin lebih tinggi dengan adanya kepercayaan dari konsumen.

5.2. Keterbatasan Penelitian

Ada beberapa tantangan yang dihadapi berdasarkan pengalaman langsung yang diperoleh selama proses penelitian ini. Hal ini menunjukkan elemen atau elemen yang harus diperhatikan lebih lanjut oleh peneliti di masa depan untuk meningkatkan kualitas penelitian. Penelitian ini tidak mencakup semua variabel yang dapat mempengaruhi volume penjualan produk semen Dynamix karena variabelnya terbatas pada negara asal (*country of origin*), *brand image*, kualitas produk, kepercayaan, dan volume penjualan. Oleh karena itu, penelitian ini tidak dapat secara menyeluruh menggambarkan semua faktor lain yang mungkin mempengaruhi volume penjualan produk.

5.3 Saran

Penulis membuat beberapa saran sebagai hasil dari kesimpulan berikut:

1. Bagi perusahaan disarankan untuk

- a. Manfaatkan citra positif dari country of origin produk tersebut dengan menggarisbarkan keunggulan dan keunikan yang terkait dengan asal produk. Jika memungkinkan, lakukan kolaborasi dengan lembaga atau asosiasi yang terkait dengan negara asal produk untuk meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap kualitas dan keandalan produk dan menjelaskan bahwa produk ini produk domestik dan produk Nasionalisme.
 - b. Meningkatkan brand image semen Dynamix dengan mengumpulkan dan mempublikasikan testimoni dari pelanggan yang puas, terutama dari proyek-proyek besar atau tokoh yang memiliki kredibilitas tinggi di bidang konstruksi, dan mendapatkan dukungan atau endorsement dari ahli bangunan atau arsitek ternama yang dapat memberikan kepercayaan tambahan kepada konsumen tentang keunggulan semen Dynamix. Serta menambahkan perubahan tampilan kemasan yang berbeda dengan produk sejenis agar dapat membuat keunikan tersendiri sehingga konsumen dengan mudah dapat mengenali produk tersebut adalah semen Dynamix
 - c. Meningkatkan kualitas produk yang baik dengan terus melakukan penelitian dan pengembangan untuk meningkatkan kualitas produk semen. Hal ini dapat meliputi penggunaan teknologi baru dalam proses produksi, bahan baku yang lebih baik, atau perbaikan dalam formulasi produk untuk memastikan kinerja yang lebih baik serta fokuskan strategi pemasaran pada keunggulan kualitas produk. Sediakan dukungan teknis dan layanan pelanggan yang responsif juga dapat membantu membangun kepercayaan konsumen terhadap produk dan merek. Dan gunakan testimoni pelanggan, sertifikasi kualitas, dan bukti nyata lainnya untuk mengkomunikasikan nilai produk yang tinggi kepada target pasar.
2. Untuk penelitian selanjutnya yang mengkaji volume penjualan, diharapkan dapat melaksanakan studi yang lebih detail dan komprehensif dengan melibatkan variabel-variabel tambahan selain kepercayaan, *country of origin*, *brand image* dan Kualitas Produk. Variabel tersebut bisa terdiri dari 1)

Promosi , 2) Harga Jual, 3) Saluran Distribusi. Dan untuk lokasi responden penelitian lebih luas dan banyak. Tujuannya adalah agar penelitian berikutnya dapat lebih variatif serta dapat menyempurnakan penelitian ini.