

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. KESIMPULAN

Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif yang bertujuan untuk mengetahui hubungan variabel bebas yaitu desain produk, kualitas produk, dan harga terhadap variabel terikat yaitu keputusan pembelian produk koper brand President di AEON Store Sentul City. Penelitian dilakukan terhadap responden yang sudah ditetapkan yaitu sebanyak 385 sampel, dengan kriteria sekurang kurangnya melakukan pembelian koper brand President di AEON Store Sentul City 1 kali.

Berdasarkan dari rumusan masalah, hipotesis dan hasil penelitian maka dapat ditarik kesimpulan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan terhadap penelitian yang berjudul “Pengaruh Desain Produk, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Koper Brand President di AEON Store Sentul City”. Berdasarkan pada data yang telah dikumpulkan dan pengujian yang telah dilakukan dengan menggunakan metode regresi linier berganda, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Dari hasil pengujian hipotesis penelitian terdapat pengaruh positif dan signifikan secara parsial antara desain produk terhadap keputusan pembelian produk koper brand President. Artinya semakin baik desain produk yang ditawarkan oleh koper brand President maka akan semakin banyak konsumen yang melakukan keputusan pembelian. Hal ini dibuktikan dengan nilai pada hasil Uji t yang

menunjukkan bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $3.938 > 1.966$ dan $sig. 0,000 < \alpha 0,05$. Sehingga dapat dinyatakan hipotesis H1 yang menyatakan “Terdapat Pengaruh Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Koper Brand President” diterima berdasarkan asumsi hipotesis sebelumnya.

2. Dari hasil pengujian hipotesis penelitian terdapat pengaruh positif dan signifikan secara parsial antara kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk koper brand President. Artinya semakin baik kualitas produk yang diberikan oleh koper brand President maka akan semakin banyak konsumen yang melakukan keputusan pembelian. Hal ini dibuktikan dengan nilai pada hasil Uji t yang menunjukkan bahwa bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $8.241 > 1.966$ dan $sig. 0,000 < \alpha 0,05$. Sehingga dapat dinyatakan hipotesis H2 yang menyatakan “Terdapat Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Koper Brand President” diterima berdasarkan asumsi hipotesis sebelumnya.
3. Dari hasil pengujian hipotesis penelitian terdapat pengaruh positif dan signifikan secara parsial antara harga terhadap keputusan pembelian produk koper brand President. Artinya semakin baik harga yang ditawarkan oleh koper brand President maka akan semakin banyak konsumen yang melakukan keputusan pembelian. Hal ini dibuktikan dengan nilai pada hasil Uji t yang menunjukkan bahwa bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $6.770 > 1.966$ dan $sig. 0,000 < \alpha 0,05$. Sehingga dapat dinyatakan hipotesis H3 yang menyatakan “Terdapat Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Koper Brand President” diterima berdasarkan asumsi hipotesis sebelumnya.

4. Dari hasil pengujian hipotesis penelitian terdapat pengaruh positif dan signifikan secara simultan antara desain produk, kualitas produk, dan harga terhadap keputusan pembelian produk koper brand President. Artinya semakin baik desain produk, kualitas produk, dan harga yang diberikan oleh koper brand President maka akan semakin banyak konsumen yang melakukan keputusan pembelian. Hal ini dibuktikan dengan nilai pada hasil Uji F yang menunjukkan bahwa bahwa $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau $297.519 > 2.628$ dan $sig. 0,000 < \alpha 0,05$. Sehingga dapat dinyatakan hipotesis H4 yang menyatakan “Terdapat Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Koper Brand President” diterima berdasarkan asumsi hipotesis sebelumnya.

B.SARAN

Berdasarkan dari hasil kesimpulan dalam penelitian ini, maka peneliti memberikan saran – saran sebagai berikut :

1. Dari data yang diperoleh, nilai regresi variabel desain produk yaitu sebesar 0.179 terbukti berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian produk koper brand President. Pada pernyataan 17 dalam kuesioner yang menyatakan bahwa fitur yang dimiliki koper brand President tidak ada pada produk koper pesaing mendapatkan tanggapan paling rendah. Untuk itu perusahaan dapat mengembangkan fitur yang dimiliki koper brand president agar menjadi pembeda dengan produk koper pesaing sehingga dapat meningkatkan pembelian kedepannya.

2. Dari data yang diperoleh, nilai regresi variabel kualitas produk yaitu sebesar 0.253 terbukti berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian produk koper brand President. Pada pernyataan 38 dalam kuesioner yang menyatakan bahwa koper brand President memiliki kemungkinan kecil akan mengalami kerusakan mendapatkan tanggapan paling rendah. Untuk itu perusahaan dapat meningkatkan kualitas bahan yang digunakan produk koper brand president agar konsumen merasa puas memakai produk koper brand President sehingga dapat meningkatkan pembelian kedepannya.
3. Dari data yang diperoleh, nilai regresi variabel harga memperoleh nilai paling tinggi yaitu sebesar 0.330 terbukti berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian produk koper brand President. Pada pernyataan 50 dalam kuesioner yang menyatakan bahwa produk koper brand President menawarkan harga yang terjangkau oleh semua kalangan mendapatkan tanggapan paling rendah. Untuk itu perusahaan dapat menetapkan harga produk koper brand president dengan strategi yang tepat, dengan penetapan harga yang tepat perusahaan tentu akan mendapatkan laba yang diinginkan dan konsumen akan mendapatkan harga produk yang sesuai dengan keinginan mereka sehingga dapat menimbulkan pembelian ulang kedepannya.
4. Bagi penelitian selanjutnya diharapkan dapat menjadi bahan literatur untuk mengerjakan maupun melakukan penelitian selanjutnya terutama yang berkaitan dengan judul penelitian. Serta diharapkan dapat mengkombinasikan variabel lainnya diluar dari variabel yang telah diteliti.