

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan dari hasil penelitian yang dilakukan di Universitas Muhammadiyah Semarang yang menjadikan mahasiswa sebagai responden mengenai pengaruh Kualitas Produk, Desain dan Citra Merek terhadap Perspektif Keputusan Pembelian, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Dari hasil penelitian yang dilakukan dapat disimpulkan bahwa Kualitas Produk (X_1) mempunyai pengaruh yang signifikan secara parsial terhadap variabel terikat yakni Perspektif Keputusan Pembelian (Y) motor Honda Vario di Unimus. Dibuktikan dari hasil Uji t kualitas produk terhadap keputusan pembelian sebesar 3,381 dengan sig. sebesar $0,001 < 0,05$, sehingga menerima hipotesis yang menyatakan secara signifikan antara kualitas produk terhadap keputusan pembelian.

Dari hasil Uji Korelasi didapatkan sig. pada variabel kualitas produk sebesar $0,00 < 0,05$, maka kualitas produk dan keputusan pembelian memiliki hubungan yang positif sebesar 0,802, nilai tersebut setelah dikonsultasikan dengan tabel interpretasi koefisien korelasi, termasuk dalam korelasi sangat kuat.

2. Dari hasil penelitian yang dilakukan dapat disimpulkan bahwa Desain (X_2) mempunyai pengaruh yang lebih dominan terhadap Perspektif Keputusan Pembelian (Y) motor Honda Vario di Unimus, karena Desain motor Honda Vario yang dinilai inovatif serta Desain yang sesuai dengan manfaatnya, sehingga memiliki daya tarik tersendiri. Dibuktikan dari hasil Uji t pada variabel Desain sebesar 10,332 dengan taraf sig. sebesar $0,00 < 0,05$, sehingga menerima hipotesis yang menyatakan secara signifikan antara desain terhadap Perspektif Keputusan Pembelian.

Dari hasil Uji Korelasi didapatkan sig. pada variabel Desain menunjukkan nilai sebesar $0,00 < 0,05$, maka Desain dan Perspektif Keputusan Pembelian memiliki hubungan korelasi yang positif sebesar 0,867, nilai tersebut setelah dikonsultasikan dengan tabel interpretasi koefisien korelasi, termasuk dalam korelasi sangat kuat.

3. Dari hasil penelitian yang dilakukan dapat disimpulkan bahwa Citra Merek (X_3) mempunyai pengaruh yang signifikan secara parsial terhadap variabel terikat yakni Perspektif Keputusan Pembelian (Y) motor Honda Vario di Unimus. Dibuktikan dari hasil Uji t pada variabel citra merek sebesar 5,850 dengan taraf sig. sebesar $0,00 < 0,05$, sehingga menerima hipotesis yang menyatakan secara signifikan antara Citra Merek terhadap Perspektif Keputusan Pembelian.

Dari hasil uji korelasi didapatkan hasil sig. pada variabel Citra Merek menunjukkan nilai $0,00 < 0,05$, maka Citra Merek dan Perspektif Keputusan Pembelian memiliki hubungan korelasi yang positif sebesar 0,886, nilai tersebut setelah dikonsultasikan dengan tabel interpretasi koefisien korelasi, termasuk dalam korelasi sangat kuat.

4. Dari hasil penelitian yang dilakukan dapat disimpulkan bahwa Kualitas Produk (X_1), Desain (X_2) dan Citra Merek (X_3) berpengaruh secara bersama-sama (simultan) terhadap Perspektif Keputusan Pembelian (Y) motor Honda Vario pada mahasiswa Unimus. Dibuktikan dari hasil Uji F antara Kualitas Produk, Desain dan Citra Merek terhadap Perspektif Keputusan Pembelian sebesar 272,237 dengan taraf sig. sebesar $0,000 < 0,05$. Dengan hasil ini, maka Kualitas Produk, Desain dan Citra Merek secara bersama-sama berpengaruh terhadap Perspektif Keputusan Pembelian.
5. Nilai koefisien determinasi dalam penelitian ini sebesar 0,922 atau 92,2%, hal ini menunjukkan bahwa presentase pengaruh Kualitas Produk, Desain dan Citra Merek terhadap Perspektif Keputusan Pembelian motor Honda Vario pada mahasiswa di Unimus sebesar 92,2%, sedangkan sisanya sebesar 7,8% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

6. Nilai koefisien regresi dalam penelitian ini menunjukkan konstanta negative sebesar (-1,686), hal ini menunjukkan apabila Kualitas Produk, Desain dan Citra Merek dalam keadaan tetap, maka Perspektif Keputusan Pembelian akan bernilai negative atau dengan kata lain, keputusan pembelian akan menurun, ini bisa dilihat dari analisis deskripsi di setiap variabel. Serta pada masing-masing variabel independen menunjukkan pengaruh yang positif terhadap variabel dependen, yakni dibuktikan dengan hasil koefisien regresi Kualitas Produk (b_1) sebesar 0,186, hal ini dapat diartikan bahwa jika ada kenaikan Kualitas Produk, maka akan meningkatkan Perspektif Keputusan Pembelian. Koefisien regresi desain (b_2) positif sebesar 0,364, yang dapat diartikan bahwa setiap ada peningkatan pada Desain, maka hal ini juga akan berpengaruh pada meningkatnya Perspektif Keputusan Pembelian, serta koefisien regresi citra (b_3) positif sebesar 0,448, hal ini menunjukkan bahwa Citra Merek yang bagus di mata masyarakat akan meningkatkan Perspektif Keputusan Pembelian.

5.2 Saran

Saran yang bisa disampaikan berdasarkan dari hasil penelitian yang didapat, adalah sebagai berikut :

1. Saran bagi Perusahaan

Bagi perusahaan, peneliti menyampaikan beberapa saran berikut ini :

- a. Diharapkan perusahaan mampu mempertahankan Kualitas Produk yang berkualitas. Memberikan inovasi baru pada Desain Produk yang sesuai dengan manfaatnya, sehingga konsumen semakin terpengaruh untuk melakukan keputusan pembelian serta Citra Merek yang bagus di mata konsumen karena variabel-variabel tersebut mempunyai pengaruh yang besar terhadap Perspektif Keputusan Pembelian.
 - b. Mengingat Desain Produk merupakan faktor yang paling dominan, maka motor Honda Vario perlu mengembangkan Desain dengan cara menciptakan desain yang lebih inovatif agar perusahaan memperoleh keunggulan kompetitif dari produk pesaing, sehingga desain produk pada motor Honda Vario semakin mempengaruhi konsumen untuk melakukan Perspektif Keputusan Pembelian.
2. Saran bagi Peneliti Selanjutnya
- Bagi penelitian selanjutnya dapat disampaikan beberapa saran sebagai berikut :
- a. Menambah variabel penelitian lain seperti kepercayaan konsumen terhadap brand, yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian.
 - b. Mengambil obyek penelitian lain sehingga hasil penelitian dapat menjadi perbandingan dengan penelitian yang dilakukan ini.