

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Berdasarkan hasil penelitian ini dapat dibuktikan bahwa dengan nilai signifikan sebesar 0.000 yang berarti nilai signifikansi F di bawah 0.05 dan F hitung 25,974 lebih besar dari F tabel (2,84). Unsur-unsur Atribut produk yang terdiri dari kualitas produk, fitur, dan desain berpengaruh signifikan secara simultan terhadap keputusan pembelian konsumen sepeda motor pada sentral Yamaha di Malang dengan persamaan regresi linier $Y = -0,559 + 0.362 + 0.307 + 0.336$ dengan besarnya pengaruh keputusan pembelian konsumen mencapai 65,8%, sedangkan sisanya 34,2% ditentukan oleh variabel lain di luar model analisis yang tidak ikut diteliti.

Hasil uji t (*t-test*) menunjukkan bahwa secara parsial (individual) ternyata ke-3 unsur atribut produk yang meliputi kualitas produk, fitur, dan desain mempunyai pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen sentral motor Yamaha di Malang.

2. Variabel yang berpengaruh paling dominan yaitu unsur desain (X3) dengan nilai sumbangan efektif sebesar 26,70% dan mampu memberikan dampak yang positif terhadap peningkatan keputusan pembelian konsumen sentral motor Yamaha di Malang.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan dan pembahasan hasil penelitian, dikemukakan saran-saran sebagai berikut:

1. Dengan adanya penelitian ini, diketahui bahwa keputusan pembelian konsumen sepeda motor Yamaha di Malang. Ternyata sangat dipengaruhi oleh ketiga variabel atribut produk yang meliputi kualitas produk, fitur, dan desain. Oleh karena itu, untuk meningkatkan pembelian konsumen sepeda motor Yamaha maka disarankan agar perusahaan meningkatkan atribut produk yang dimilikinya.
2. Dari penelitian yang telah dilakukan, kualitas produk merupakan variabel yang sangat memengaruhi keputusan pembelian maka perusahaan disarankan agar meningkatkan kualitas produk agar dapat meningkatkan pembelian sepeda motor Yamaha.
3. Penelitian lanjutan perlu dilakukan dengan memperluas variabel yang diteliti maupun pengembangan indikator serta *item* lain yang diduga juga berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen sepeda motor Yamaha selain variabel atribut produk yang meliputi kualitas produk, fitur, dan desain.

Daftar Pustaka

- Arikunto, Suharmi. 2010. *Prosedur penelitian suatu pendekatan praktis*. Bina Aksara, Jakarta
- Handayani, Widya (2011) *Penelitian pengaruh atribut produk terhadap keputusan pembelian Handphone Samsung Galaxy series*. Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Gunadarma. Skripsi Tidak di terbitkan
- Kolter philip dan Amstrong. 2006. *Prinsip – prinsip pemasaran jilid 1 edisi 12*. Jakarta : Erlangga
- Kolter, Philip dan Kevin, Keller, 2007. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Daelerindeks
- Marisa Andriani Sutikno (2013), *Pengaruh atribut terhadap keputusan pembelian konsumen di Batavia Resto*.
- Sarjono,Haryadi dan Julianita,Winda.201. *SPSS vs LISRAEL*. Jakarta: Salemba Empat
- Sanusi.2011. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Jakarta : Salemba Empat
- Sanusi, Anwar.2011. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Jakarta : Salemba Empat
- Shinta, Agustina.2011. *Manajemen pemasaran*. Malang universitas Brawijaya
- Simamora, Bilson, 2011. *Memenangkan pasar dengan pemasaran efektif dan profitabel*. Jakarta, DAELER Gramedia Pustaka Utama
- Suharsimi arikunto. 2010. *Prosedur penelitian edisi revisi 2010*. Jakarta: Rineka
- Sunyoto, Danang.2012. *Dasar – dasar manajemen pemasaran, konsep, strategi dan kasus*. Yogyakarta : Andi
- Suyanto, M. 2007. *Marketing strategy Top Brand Indonesia*. Yogyakarta, C.V. Andi
- Suliyanto.2006. *Metode Riset Bisnis*. Yogyakarta: Andi
- Sugiyono. 2007. *Metode penelitian Adminitrasi*, Bandung C.V Alfabeta
- Tjiptono,Fandy. 2008. *Strategi pemasaran. Edisi III*. Yogyakarta: Andi
- Virgilio A Da. Costa (2011). *Penelitian tentang pengaruh atribut produk terhadap loyalitas konsumen pada pizza Hut Malang*

Vicensius Novan A. Prima (2012). *Penelitian tentang pengaruh faktor internal konsumen terhadap keputusan pembelian pada Toko Buah Lai-lai Malang*

