

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan kepada anggota komunitas *official lounge* HTC One M8 dalam forum kaskus untuk mengetahui pengaruh atribut produk terhadap keputusan pembelian, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut.

1. Gambaran mengenai atribut produk pada anggota komunitas *official lounge* HTC One M8 dapat dilihat dari dimensi-dimensinya yang terdiri dari kualitas produk, fitur produk, gaya dan desain produk secara menyeluruh berada di tingkat yang tinggi. Dimensi gaya dan desain merupakan dimensi yang mendapatkan penilaian tertinggi dari responden.
2. Gambaran mengenai keputusan pembelian pada anggota komunitas *official lounge* HTC One M8 yang dilihat berdasarkan pertimbangan pemilihan produk, pemilihan merek, pemilihan saluran distribusi, waktu pembelian, dan metode pembayaran secara menyeluruh berada di tingkat yang sedang.
3. Terdapat pengaruh antara atribut produk terhadap keputusan pembelian pada anggota komunitas *official lounge* HTC One M8 sebesar 46,5%. Diketahui berdasarkan koefisien korelasi terdapat hubungan yang kuat antara atribut produk yang diukur melalui kualitas produk, fitur produk, gaya dan desain produk dengan variabel keputusan pembelian yang

diukur pemilihan produk, pemilihan merek, pemilihan saluran distribusi, waktu pembelian, dan metode pembayaran.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dikemukakan mengenai atribut produk terhadap keputusan pembelian pada anggota komunitas *official lounge* HTC One M8, peneliti mengajukan beberapa saran yang dapat dijadikan bahan pertimbangan bagi pemecahan masalah dan dapat dijadikan masukan bagi pihak terkait khususnya bagi HTC.

1. Berdasarkan tanggapan responden mengenai pemilihan saluran distribusi, hasilnya rendah. Artinya HTC One M8 sulit untuk dijumpai di pasaran. Maka hendaknya HTC lebih memperhatikan lagi saluran distribusi mereka. Sehingga dengan mudahnya produk-produk HTC dijumpai dipasaran akan lebih memudahkan para calon konsumen untuk membelinya. Dan secara tidak langsung hal tersebut dapat membuat orang-orang *aware* dan tidak asing dengan produk-produk HTC, yaitu dengan membuka gerai-gerai HTC di pusat perbelanjaan elektronik.
2. Berdasarkan pengukuran waktu pembelian masih terdapat aspek yang perlu ditingkatkan yaitu promosi penjualan. Maka hendaknya pihak HTC lebih memperhatikan promosi yang menarik saat melakukan penjualan, seperti potongan harga, bonus kuota, bonus *powerbank*, bonus *softcase* atau yang lainnya. Sehingga hal tersebut dapat membuat calon konsumen lebih tertarik untuk membeli produk-produk HTC.

3. Saran untuk peneliti berikutnya yaitu diharapkan peneliti melakukan studi dengan variabel yang berbeda menggunakan variabel penelitian lain seperti *services* dan *promotion* yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian.