

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh atribut produk terhadap keputusan pembelian konsumen sepeda motor Suzuki (survei pada pengguna sepeda motor Suzuki di *dealer* PT Sanggar Mas Jaya Bandung), maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Atribut produk sepeda motor Suzuki yang terdiri dari indikator kualitas produk, fitur produk, serta gaya dan rancangan produk secara umum cukup baik namun bila dari tinjauan kontinum hampir mendekati tingkat kurang baik. Berikut adalah kesimpulan hasil penelitian untuk nilai gambaran terendah dari masing-masing indikator atribut produk :
  - a. Indikator kualitas produk mempunyai nilai terendah secara kontinum pada pengukuran tingkat kemudahan sepeda motor untuk diperbaiki. Hal ini menandakan bahwa responden mengalami kesulitan untuk memperbaiki sepeda motornya ketika mengalami kerusakan yang mungkin dikarenakan proses perbaikannya membutuhkan biaya dan waktu yang cukup besar.
  - b. Indikator fitur produk mempunyai nilai terendah secara kontinum pada pengukuran tingkat suara mesin dan knalpot. Hal ini disebabkan karena responden merasa tidak puas dengan suara yang dihasilkan mesin dan knalpot yang cukup mengganggu dikarenakan suaranya yang berisik.
  - c. Indikator gaya dan rancangan produk mempunyai nilai terendah secara kontinum pada pengukuran tingkat keindahan penampilan luar motor. Hal

ini disebabkan karena responden merasa penampilan luar sepeda motor Suzuki tidak memiliki daya tarik khusus yang membuatnya tampil menarik.

2. Keputusan pembelian sepeda motor Suzuki, yang terdiri dari indikator pemilihan merek, pemilihan dealer, jumlah pembelian, waktu pembelian, dan metode pembayaran secara umum sudah tepat namun bila dilihat dari tinjauan kontinum hampir mendekati tingkat kurang tepat. Adapun nilai kontinum terendah dari keseluruhan indikator tersebut adalah indikator jumlah pembelian yang berarti responden melakukan jumlah pembelian sepeda motor Suzuki dalam jumlah yang sangat sedikit. Hal ini dikarenakan sepeda motor merupakan produk yang tidak cepat habis digunakan dan juga harganya yang mahal sehingga responden membeli pada frekuensi dan kuantitas yang terbatas sesuai dengan kebutuhan.
3. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa atribut produk secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian sepeda motor Suzuki.

## 5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan hasil penelitian mengenai pengaruh atribut produk terhadap keputusan pembelian sepeda motor Suzuki pada pengguna sepeda motor Suzuki di PT Sanggar Mas Jaya, maka untuk mencapai tujuan peningkatan atribut produk dan meningkatkan keputusan pembelian, peneliti mengajukan beberapa saran yang dapat menjadi bahan pertimbangan bagi PT Sanggar Mas Jaya dalam menentukan strategi bagi produk sepeda motor Suzuki sebagai berikut :

1. Berdasarkan analisis tanggapan pelanggan terhadap produk sepeda motor Suzuki, responden di PT Sanggar Mas Jaya Bandung merasakan atribut produk sepeda motor Suzuki sudah baik. Berdasarkan hasil dari ke-3 indikator yang diukur, penilaian terendah responden ada pada indikator gaya dan rancangan produk sepeda motor Suzuki. Jadi, peneliti menyarankan agar produsen sepeda motor Suzuki bisa memperbaiki gaya dan rancangan produknya sehingga terlihat lebih menarik lagi. Dengan demikian diharapkan penjualan sepeda motor Suzuki bisa lebih meningkat.
2. Berdasarkan analisa keputusan pembelian produk sepeda motor Suzuki, indikator metode pembayaran menurut penilaian responden adalah rendah. Hal ini bisa dikarenakan kurangnya kerja sama pihak *dealer* dengan berbagai lembaga pembiayaan ataupun bank yang bisa lebih mempermudah konsumen untuk membayar cicilan sepeda motor setiap bulannya. Dengan demikian disarankan agar pihak *dealer* bisa menjalin kerja sama dengan lebih banyak lembaga pembiayaan ataupun bank agar konsumen mendapatkan akses yang lebih mudah untuk melakukan pembayaran cicilan setiap bulannya.

3. Saran peneliti untuk meningkatkan atribut produk sepeda motor Suzuki adalah dengan meningkatkan efektifitas semua indikator atribut produk secara selaras dimana indikator atribut produk yang satu mempengaruhi efektifitas indikator atribut produk lainnya tanpa adanya pengabaian salah satu indikator. Untuk meningkatkan keputusan pembelian pelanggan sepeda motor Suzuki, PT Sanggar Mas Jaya dapat menciptakan atribut produk yang baik agar kepercayaan pelanggan semakin bertambah terhadap produk-produk sepeda motor Suzuki, sehingga diharapkan atribut produk yang baik dapat mendorong terciptanya *image* yang positif.
4. Hasil penelitian menunjukkan bahwa masih terdapat faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian, oleh karena itu peneliti berharap faktor-faktor lain tersebut bisa diteliti lebih lanjut di kemudian hari untuk menyempurnakan penelitian mengenai keputusan pembelian ini.

