

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Dalam uji t, variabel kualitas hasil pengolahan data menunjukkan t hitung $>$ t tabel, maka H_0 ditolak. Artinya kualitas berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk tas imitasi. Untuk variabel desain hasil pengolahan data menunjukkan t hitung $<$ t tabel, maka H_0 diterima, artinya desain tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk tas imitasi. Untuk variabel merek, hasil pengolahan data menunjukkan bahwa t hitung $>$ t tabel, maka H_0 ditolak, artinya kualitas berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk tas imitasi.
2. Atribut produk, dalam hal ini yaitu kualitas, desain, dan merek berpengaruh secara simultan (bersama-sama) terhadap keputusan pembelian produk tas imitasi. Artinya H_0 ditolak atau H_a diterima.

5.2. Saran

Setelah mengetahui bagaimana pengaruh atribut produk terhadap keputusan pembelian produk tas imitasi pada mahasiswa Universitas Lampung, maka saran yang disampaikan penulis, yaitu :

1. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa faktor merek berpengaruh paling besar terhadap keputusan pembelian produk tas imitasi. Oleh karena itu bagi produsen produk tas imitasi harus benar-benar memanfaatkan segala potensi yang mampu diberikan oleh atribut tersebut. Penggunaan merek-merek terkenal harus tetap dipertahankan, karena hal itu merupakan nilai tambah sehingga konsumen tertarik membeli produk tas imitasi. Dengan harga yang lebih murah, namun mereka dapat memperoleh produk tas yang terlihat seperti produk aslinya karena pengaruh penggunaan merek, logo merek dan penulisan nama merek yang sama dengan produk asli tersebut.
2. Sebaiknya produsen secara bertahap menciptakan desain produk yang baru dengan tidak meniru desain produk terkenal yang sudah ada. Produsen harus berusaha melakukan inovasi produk agar menjadi *trend* baru bagi pasar dan tidak selalu meniru desain produk tas yang sudah ada.