

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian pada PT Astra Motor di Bandar Lampung dan analisis data yang telah dikemukakan pada bab sebelumnya diperoleh hasil bahwa hipotesis yang diajukan didukung dengan analisis sebagai berikut.

Atribut Produk yang terdiri dari Kualitas, Desain dan Fitur berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian pada PT Astra Motor di Bandar Lampung. (HIPOTESIS DITERIMA). Hal ini dapat dibuktikan pada :

- a. Hasil perhitungan koefisien determinasi di peroleh nilai R Square (R^2) sebesar 0.25 menunjukkan bahwa secara besarnya pengaruh atribut produk memberikan kontribusi sebesar 25% terhadap keputusan pembelian Daihatsu Sirion di Bandar Lampung. Sedangkan 75% di pengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.
- b. Dari hasil pengujian regresi berganda diperoleh nilai sebagai berikut :
 - Koefisien regresi variabel $X_1 = 0,380$ yang berarti bahwa setiap kenaikan X_1 satu satuan maka variabel Y akan naik sebesar 0,380 dengan asumsi bahwa nilai variabel bebas yang lain adalah tetap.

- Koefisien regresi variabel $X_2 = 0,296$ yang berarti bahwa setiap kenaikan X_2 satu satuan maka variabel Y akan naik sebesar 0,296 dengan asumsi bahwa nilai variabel bebas yang lain adalah tetap.
 - Koefisien regresi variabel $X_3 = 0,294$ yang berarti bahwa setiap kenaikan X_3 satu satuan maka variabel Y akan naik sebesar 0,294 dengan asumsi bahwa nilai variabel bebas yang lain adalah tetap.
- c. Hasil uji t untuk X_1 terhadap Y didapatkan hasil bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $4,119 > 1,985$ dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ maka disimpulkan Kualitas (x_1) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Daihatsu Sirion pada PT Astra Motor Bandar Lampung.
- d. Hasil uji t untuk X_2 terhadap Y didapatkan hasil bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $3,150 > 1,985$ dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ maka disimpulkan Desain (x_2) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Daihatsu Sirion pada PT Astra Motor Bandar Lampung.
- e. Hasil uji t untuk X_3 terhadap Y didapatkan hasil bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $3,206 > 1,985$ dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ maka disimpulkan Fitur (x_3) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Daihatsu Sirion pada PT Astra Motor Bandar Lampung.
- f. Hasil uji F untuk variabel X terhadap Y didapatkan hasil $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu $10,565 > 2,699$ dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$.

5.2 Saran

Dari hasil penelitian ini, peneliti menyampaikan saran sebagai berikut:

1. Melakukan sedikit inovasi pada produk Daihatsu Sirion misalnya membuat produk sirion dengan dominasi warna yang lebih *girly* dengan dominasi warna yang cerah, mengingat berdasarkan hasil penelitian konsumen berjenis kelamin wanita cukup banyak.
2. Membuat produk sirion dengan seri *racing* yaitu dengan menambahkan beberapa aksesoris seperti *bodykit*, *velg racing* berukuran lebih besar dari type standar, hal ini dilakukan untuk lebih memikat konsumen remaja, karena berdasarkan penelitian , konsumen remaja cukup mendominasi.
3. Untuk semua *type* Daihatsu Siron dirasa cukup memuaskan, namun untuk lebih meningkatkan fitur yang ada pada produk yaitu untuk perlengkapan audio, dengan mengganti *head unit* dengan yang lebih baik sehingga kualitas suara yang dihasilkan bisa lebih maksimal,
4. Pada produk mobil *city car* yang dalam hal ini adalah Daihatsu Sirion, dengan semua pendapat melalui 100 responden untuk mengumpulkan pendapat sesuai pernyataan pada kuesioner yang diisi dari masing-masing responden. Rata-rata konsumen menjawab setuju sehingga menjadi referensi ataupun alternatif lain bagi para konsumen yang tertarik akan *city car* untuk bisa memperhitungkan Daihatsu Sirion sebagai mobil yang bisa dipilih.

