

V. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, hipotesis awal yang diajukan adalah dapat diterima dengan alasan sebagai berikut.

1. Hasil regresi linear berganda menyatakan bahwa faktor pribadi (X1), faktor produk (X2) dan faktor situasi (X3) berpengaruh secara simultan dan parsial terhadap keputusan pembelian konsumen dalam membeli mobil Daihatsu Xenia pada PT Astra Internasional di Bandar Lampung.
2. Hasil analisis kuantitatif membuktikan bahwa faktor Pribadi merupakan pengaruh dominan bagi konsumen dalam membuat keputusan pembelian kendaraan Daihatsu Xenia, hal tersebut berdasarkan nilai β sebesar 0,848. Sedangkan berdasarkan hasil analisis deskriptif, terlihat bahwa pada faktor pribadi dimensi yang memiliki pengaruh dominan adalah minat konsumen atas mobil Daihatsu Xenia. Sedangkan untuk faktor situasi, situasi pembelian merupakan pengaruh dominan yang mempengaruhi keterlibatan konsumen dalam pembelian mobil Daihatsu Xenia pada PT Astra Internasional di Bandar Lampung.

3. Hasil uji *R Square* yaitu 0,423 yang berarti bahwa variabel keterlibatan konsumen mampu mempengaruhi keputusan pembelian mobil Daihatsu Xenia pada PT Astra Internasional di Bandar Lampung (Y) sebesar 42,3%, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain di luar Keterlibatan konsumen.

5.2 Saran

Saran yang dapat direkomendasikan dari hasil penelitian adalah sebagai berikut :

1. Sebaiknya PT Astra Internasional Bandar Lampung memperhatikan faktor produk dari dimensi harga, kualitas, desain dan manfaat karena merupakan hal utama yang dipertimbangkan oleh konsumen dalam membuat keputusan pembelian mobil Daihatsu Xenia pada PT Astra Internasional Bandar Lampung. Salah satu cara yang dapat dilakukan oleh perusahaan adalah dengan menciptakan produk dengan harga yang terjangkau yang dilengkapi dengan kualitas dan desain yang unggul serta dapat memberikan manfaat bagi konsumen.
2. Perusahaan disarankan untuk dapat meningkatkan kegiatan promosi, seperti brosur, pameran, media periklanan, dan lain-lain Tujuannya tentu saja untuk memberikan informasi yang jelas mengenai produk mobil yang akan ditawarkan kepada konsumen. Perusahaan harus menyediakan informasi yang lebih lengkap yang dibutuhkan oleh konsumen agar konsumen tidak mengalami kesulitan dalam pencarian informasi.

3. Selain itu perusahaan juga harus memperhatikan variabel lainnya yaitu faktor pribadi. Dengan cara mencari tahu mobil yang bagaimana yang sesuai dengan kebutuhan dan minat konsumen saat ini agar dapat membuat terobosan baru untuk produk Daihatsu Xenia sehingga produk tersebut dapat memenuhi kebutuhan dan minat konsumen serta dapat mempertinggi citra konsumen dengan memakai produk tersebut.
4. Untuk peneliti selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan penelitian ini pada alat analisis, variabel-variabel lain yang belum dibahas dalam penelitian ini, ataupun dapat mengembangkan pada obyek lain sehingga dapat digunakan sebagai bahan perbandingan.