BAB V
KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai pengaruh etnis konsumen terhadap pemilihan desain dan warna produk dengan variabel moderator tipe-tipe kepribadian, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel moderator tipe-tipe kepribadian hanya memperlemah hubungan interaksi antara variabel etnis (X1) dan variabel desain dan warna (Y1 dan Y2).
2. Dengan adanya variabel moderator tipe-tipe kepribadian membuat nilai t_{hitung} antara variable etnis (X1) dan variabel desain dan warna (Y1 dan Y2) menjadi berkurang, namun dalam penelitian ini t_{hitung} variabel etnis (X1) dan variabel desain dan warna (Y1 dan Y2) masih lebih besar dari t_{tabel} sehingga signifikan.
3. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu didasari karena perbedaan lokasi penelitian dan karakter responden dalam penelitian. Serta perbedaan variabel dependen yaitu desain dan warna produk.

5.2 Saran

Berdasarkan pembahasa yang telah diuraikan, maka saran yang bisa diberikan adalah:

1. Diharapkan penelitian ini digunakan sebagai informasi untuk pihak perusahaan kendaraan sepeda motor yakni perusahaan harus memahami karakteristik kepribadian konsumen.
2. Pihak perusahaan kendaraan sepeda motor harus lebih memahami karakteristik etnis konsumen terhadap pemilihan desain dan warna kendaraan sepeda motor, sehingga dalam memciptakan inovasi produk yang baru dapat diterima dengan baik oleh konsumen.
3. Untuk penelitian selanjutnya diharapkan dapat membuktikan bahwa variabel moderator dapat mendukung hipotesis dan memperkuat hubungan interaksi antara variabel etnis (X1) dan variabel tipe-tipe kepribadian (moderator) terhadap variabel desain dan warna (Y1 dan Y2) (*inderect effect*).