

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### A. KESIMPULAN

Penelitian diperoleh kesimpulan dari hasil analisis data yaitu:

1. Kualitas produk berpengaruh tidak signifikan terhadap keputusan pembelian. Penjelasan sebagai berikut:
  - a. Hasil koefisien regresi dari kualitas produk ( $X_1$ ) adalah 0,112.
  - b. Hasil Uji t didapatkan t hitung sebesar  $1,008 < t$  tabel 1,985.
  - c. Sumbangan efektif untuk kualitas produk ( $X_1$ ) adalah 0,87% dan sumbangan relatif untuk kualitas produk ( $X_1$ ) adalah 3,7%.
2. Desain berpengaruh tidak signifikan terhadap keputusan pembelian. Penjelasan sebagai berikut:
  - a. Hasil koefisien regresi dari desain ( $X_2$ ) adalah (-0,171).
  - b. Hasil uji t didapatkan t hitung sebesar  $(-1,782) < t$  tabel 1,985.
  - c. Sumbangan efektif untuk desain ( $X_2$ ) adalah 1,20% dan sumbangan relatif untuk desain ( $X_2$ ) adalah 5,1%.
3. Harga berpengaruh tidak signifikan terhadap keputusan pembelian. Penjelasan sebagai berikut:
  - a. Hasil koefisien regresi dari Harga ( $X_3$ ) adalah 0,032.
  - b. Hasil uji t didapatkan  $t_{hitung}$  sebesar  $0,239 < t_{tabel}$  1,985.
  - c. Sumbangan efektif untuk harga ( $X_3$ ) adalah 0,18% dan sumbangan relatif untuk harga ( $X_3$ ) adalah 0,8%.
4. Perilaku konsumen berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Penjelasan sebagai berikut:
  - a. Hasil koefisien regresi dari perilaku konsumen ( $X_4$ ) adalah 0,441.
  - b. Hasil Uji t didapatkan  $t_{hitung}$  sebesar  $5,098 < t_{tabel}$  1,985.
  - c. Sumbangan efektif untuk perilaku Konsumen ( $X_4$ ) adalah 21,25% dan sumbangan relatif untuk perilaku konsumen ( $X_4$ ) adalah 90,4%.

5. Kualitas produk, harga, desain dan perilaku konsumen bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Penjelasan sebagai berikut:
  - a. Hasil Koefisien determinasi ( $R^2$ ) semua atribut/variabel bebas adalah 23,5 dan 76,5% didapatkan oleh atribut/variabel lain diluar penelitian.
  - b. Hasil uji f didapatkan f hitung sebesar  $7,295 > f_{tabel} 2,47$
  - c. Sumbangan efektif untuk semua variabel X terhadap variabel Y adalah 23,5% dan sumbangan relatif untuk semua variabel X terhadap Y adalah 100%.

## B. SARAN

Dari hasil penelitian disarankan bagi perusahaan untuk:

1. Perusahaan dimasa yang akan datang minimum mempertahankan perilaku konsumen dalam pelayanan. Disarankan untuk meningkatkan kualitas produk dengan inovasi terus menerus, desain sesuai dengan permintaan pasar dan harga yang lebih kompetitif untuk lebih menarik daya minat pembelian sepeda motor bermerk Yamaha.
2. Perusahaan selalu kreatif dan inovasi dalam menawarkan produk-produknya, sehingga dapat menarik calon konsumen baru.