

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Hasil penelitian pada Laporan Akhir yang telah dibuat mengenai pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk Miniso pada Mahasiswa Jurusan Administrasi Bisnis D-III, maka dapat diambil beberapa kesimpulan, yaitu:

1. Keputusan pembelian suatu produk didasari dengan alasan konsumen untuk memutuskan melakukan pembelian produk tersebut. Pada tabel koefisien korelasi, dapat dilihat dari nilai R atau koefisien korelasi sebesar 0,768. Hal ini dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas produk memiliki pengaruh yang kuat terhadap variabel keputusan pembelian pada Mahasiswa Administrasi Bisnis D-III. Lalu uji F diketahui F_{hitung} dari pengolah SPSS diperoleh nilai sebesar 15,146 ($15,146 > 2,24$). Artinya ada pengaruh signifikan antara variabel bebas yaitu Kinerja (X_1), Karakteristik Pelengkap (X_2), Keandalan dan daya Tahan (X_3), Kemudahan Pengoperasian dan Pelayanan (X_4), Penampilan, Daya Tarik dan Corak Produk (X_5) dan Profil dan Citra Produk (X_6) terhadap variabel terikat keputusan pembeli (Y) pada produk miniso.
2. Berdasarkan persamaan regresi berganda $Y = 9,582 + 0,384X_1 + (-0,447X_2) + 0,192X_3 + (-0,261X_4) + 1,011X_5 + 0,522X_6$. Hasil koefisien regresi di atas menunjukkan bahwa dimensi penampilan, daya tarik dan corak produk ($X_5 = 1,011$) menjadi faktor terbesar yang mempengaruhi keputusan pembelian produk miniso, kemudian dimensi Profil dan Citra Merek ($X_6 = 0,522$), dimensi Kinerja ($X_1 = 384$), dan dimensi Keandalan dan Daya Tahan ($X_3 = 0,192$). Sementara itu dimensi Kemudahan pengoperasian dan Pelayanan ($X_4 = -0,261$) dan dimensi Karakteristik Pelengkap ($X_2 = -0,447$) menjadi faktor terendah yang mempengaruhi keputusan pembelian produk Miniso. Sehingga dimensi yang paling

dominan mempengaruhi keputusan pembelian produk miniso pada mahasiswa jurusan administrasi bisnis D-III yaitu dimensi penampilan, daya tarik dan corak produk (*Sensory Characteristic*).

5.2 Saran

Saran yang dapat penulis berikan ialah untuk meningkatkan kualitas produk dalam keputusan pembelian produk Miniso sebagai berikut.

1. Saran untuk Miniso yaitu:

a. Faktor dominan

1. Dimensi Kinerja

Perusahaan harus mempertahankan dan meningkatkan karakteristik produk miniso seperti produk tidak mudah rusak, memiliki daya tingkat produk aman dan penawaran produk sesuai dijanjikan.

2. Dimensi Keandalan dan Daya Tahan

Perusahaan harus mempertahankan dan meningkatkan karakteristik produk miniso seperti produk memiliki daya tahan yang lama, tidak melukai area badan dan memiliki bahan yang kuat.

3. Dimensi Penampilan, Daya Tarik dan Corak Produk

Perusahaan harus mempertahankan dan meningkatkan karakteristik produk miniso seperti memiliki desain yang lucu, motif yang beragam dan selalu berinovasi dengan produk baru.

4. Dimensi Profil dan Citra Merek

Perusahaan harus mempertahankan dan meningkatkan karakteristik produk miniso seperti tetap memiliki citra merek yang baik dan memiliki kualitas produk yang bagus.

b. Faktor Tidak Dominan

1. Karakteristik Pelengkap

Perusahaan lebihberusaha memperbaiki produk miniso seperti meningkatkan desain, aksesoris dan bentuk yang inovasi agar

konsumen dapat lebih tertarik dengan produk tersebut dan lebih meningkatkan beragam pilihan jenis produk lagi.

2. Kemudahan Pengoperasian dan Pelayanan

Perusahaan boleh berusaha kembali memperbaiki produk miniso seperti lebih meningkatkan cara penggunaan produk tersebut agar konsumen dapat lebih paham dengan fungsi produk tersebut dan meningkatkan pelayanan konsumen dengan baik agar konsumen dapat nyaman saat membeli produk.