

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan pada bab sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Pengaruh atribut produk terhadap keputusan pembelian mobil Daihatsu pada PT Tunas Mobilindo Perkasa Palembang dapat dilihat dari uji simultan (uji F) dan uji parsial (uji T). Pada Uji F menunjukkan bahwa ada pengaruh antara variabel bebas (merek, warna dan desain) terhadap variabel terikat (keputusan pembelian mobil) secara bersama – sama, hal ini terlihat dari hasil  $F_{hitung} > F_{tabel}$  ( $6,164 > 4,07$ ) dengan signifikan  $0,002 < 0,05$ . Dalam uji T terlihat bahwa variabel warna mempengaruhi keputusan pembelian mobil sebesar 0,378 atau 37,8% dan variabel desain berpengaruh terhadap keputusan pembelian mobil dengan pengaruh sebesar 0,355 atau 35,5%, sedangkan variabel merek tidak berpengaruh secara signifikan karena hasil perhitungan  $t_{hitung} < t_{tabel}$  ( $0,981 < 2,02$ ) dan taraf signifikannya  $0,333 > 0,05$ .
2. Faktor atribut produk yang paling dominan pada penelitian ini adalah variabel warna. Hal ini terlihat dari tingkat pengaruh sebesar 0,378 atau 37,8% dan taraf signifikansi  $0,009 < 0,05$ .

#### 5.2 Saran

Berdasarkan pembahasan dan kesimpulan yang telah didapat, maka penulis memberikan saran-saran sebagai berikut:

1. PT Tunas Mobilindo Perkasa Palembang harus dapat membangun merek yang kuat dimata konsumen karena merek yang kuat mempunyai ekuitas merek yang tinggi. Ekuitas merek (*brand equity*) adalah pengaruh positif bahwa jika pelanggan mengenal nama merek, pelanggan akan merespons produk atau jasa. Strategi membangun merek yang kuat yaitu dengan *positioning* merek yaitu produsen harus memposisikan merek mereka

dengan jelas dalam pikiran pelanggan. Produsen dapat memposisikan merek sebagai atribut produk, dapat memposisikan merek sesuai dengan manfaat produk dan merek diposisikan pada kepercayaan serta nilai yang kuat terhadap suatu produk.

2. Variabel warna merupakan variabel yang dominan dalam mempengaruhi keputusan pembelian mobil Daihatsu pada PT Tunas Mobilindo Perkasa Palembang, oleh karena itu penulis menyarankan agar perusahaan tetap mempertahankan inovasi warna-warna yang ada pada semua jenis mobil Daihatsu. Dengan adanya inovasi warna-warna ini maka konsumen dapat memilih warna sesuai dengan keinginan mereka.