

BAB V

PENUTUP

5.1. Simpulan

Berdasarkan hasil analisis, maka penelitian mengenai Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Konsumen dalam membeli Laptop pada Intertech Computer Gorontalo dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Atribut Produk di Intertech Computer Gorontalo secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen.
2. Atribut Produk secara efektif dan efisien mempunyai pengaruh yang nyata terhadap keputusan pembelian. Hal ini dinyatakan dengan persamaan regresi sederhana. Selanjutnya dalam dalam perhitungan koefisien determinasi menunjukkan bahwa sebesar 60,3 variabilitas mengenai Keputusan konsumen dalam membeli laptop dapat dinilai dari Atribut produk, sedangkan sisanya sebesar 39,7% dipengaruhi oleh variabel lain. Hal ini menunjukkan bahwa atribut produk berpengaruh sangat kuat terhadap keputusan konsumen dalam membeli laptop.

5.2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan, keterbatasan dan simpulan pada akhirnya peneliti merekomendasikan beberapa hal yang perlu dicermati pihak yang terkait dengan penelitian ini antara lain :

1. Bagi Toko Intertech Computer Gorontalo yang memperhatikan Atribut Produk dalam rangka meningkatkan Keputusan Konsumen dalam membeli

laptop diharapkan terus melaksanakan strategi tersebut dengan memperbaiki beberapa kekurangan antara lain: memperhatikan promosi atau periklan yang bagian dari promosi untuk memberikan pengakuan produk pada konsumen yang menggunakan produk yang dipasarkan Intertech Computer Gorontalo tentunya juga dengan memperhatikan harga, tentunya perlu revisi dengan memperhatikan kondisi dari minat beli konsumen serta perilaku konsumen dalam menggunakan produk.

2. Bagi perusahaan yang sejenis dapat mengadopsi strategi ini dalam rangka peningkatan keputusan pembelian konsumen demi kemajuan bersama dan mendukung kemajuan daerah.
3. Diharapkan peneliti selanjutnya dapat mengembangkan hasil penelitian ini dengan menambahkan beberapa variabel yang lain.