

BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan di atas, maka dapat ditarik simpulan bahwa berdasarkan hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa hipotesis (H_0) yang diuji ditolak, dan sebaliknya hipotesis penelitian (H_1) yang diajukan diterima. Hal ini terlihat dari nilai t_{hitung} yang lebih besar dari nilai t_{tabel} baik pada taraf signifikan α sebesar 5%. Ini mengindikasikan atribut produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian sepeda motor matik merk honda oleh mahasiswa Fakultas Ekonomi UNG.

Nilai pengaruhnya sebesar 22,3%, hal tersebut terlihat dari koefisien determinasi. Hal ini menunjukkan bahwa pentingnya penentuan atribut produk dari sebuah merk motor dalam meningkatkan keputusan pembelian. Sedangkan sisanya sebesar 77,7% dipengaruhi faktor lain, faktor lain yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen seperti faktor lokasi dan bauran pemasaran lainnya. Kemudian berdasarkan hasil pengujian deskriptif analisis jawaban responden ditemukan bahwa atribut produk dan keputusan pembelian terletak pada kriteria yang baik.

5.2 Saran

Berdasarkan simpulan yang telah diuraikan di atas, maka peneliti memberikan saran sebagai berikut:

1. Bagi perusahaan, dengan melihat hasil penelitian ini yang menunjukkan pengaruh yang signifikan antara Variabel Atribut Produk terhadap keputusan pembelian konsumen, maka perusahaan perlu meningkatkan apa yang menjadi indikator dari Atribut Produk, salah satu contoh meningkatkan Fitur Produk sehingga konsumen akan semakin nyaman, tertarik dan melakukan pembelian berulang ulang.
2. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan untuk meneliti faktor lain terkait dengan Kinerja Pegawai, karena nilai koefisien determinasi hanya sebesar 22,3%. Faktor lain tersebut dapat berupa bauran pemasaran lainnya yang meliputi bukti fisik, orang, proses, promosi, *price* (harga) dan tempat (*place*). Kemudian dapat pula dengan merekonstruksi penilaian instrumen penelitian dengan penggunaan skala *Guttman*.

Daftar Pustaka

- Bilson Simamora. (2001). " *Memenangkan pasar dengan pemasaran efektif dan profitable*. Edisi Pertama , Jakarta; PT. Gramedia Pustaka Utama
- Bilson Simamora. (2003). " *Panduan Riset Perilaku Konsumen*", Jakarta Penerbit PT. Ramedia pustaka utama,
- Bonteng.wordpress.com/2009/11/16b/atribut-produk
- Craven W David 1998," *Pemasaran Strategi*", Jakarta: Erlangga
- Darusalam Taufan, 2007 , " *AtributProduk* ", wordpress.com
- Edi suswardji, Sungkono, lutfi alfazri. 2012, " *pengaruh atribut produk terhadap keputusan pembelian sepeda motor satria FU 150cc*", Jurnal manajemen volume.10 No.1 Oktober 2012
- Gaspersz, Vincent, (2011), *Manajemen Kualitas dalam Industri Jasa*, PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Geri Rinaldi, Agung Yuniarinto. 2012, Skripsi, " *Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Honda Vario Techno 125 Pgm Fi Di Kota Malang*," Universitas Brawijaya
- Ghozali,Imam. 2001. *Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang. Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Irham, Fahmi. 2011." *Manajemen Pengambilan Keputusan Teori dan Aplikasi*".Bandung,Alfabeta
- Kotler, Philip, 2004." *Manajemen Pemasaran*" edisi milenium 1.Alih Bahasa: Hendra Teguh,dkk.Jakarta.Prehallindo.
- Kotler, Philip. (2005). *Manajemen Pemasaran*, Ed11, jilid 1. Penerbit PT IndeksJakarta
- Kotler dan Amstrong, (2004), *Prinsip-prinsip Marketing*, Edisi Ketujuh, Penerbit Salemba Empat, Jakarta.

Kotler dan Armstrong 2008. "*Prinsip-Prinsip Pemasaran*" Edisi 12, Jilid 1. Jakarta. Erlangga

Kotler, P. & Keller, K.Lane. (2007). *Manajemen Pemasaran*, Edisi 12. Jilid 2. Penerbit PT Indeks : Jakarta.

Kotler, P. & Keller, K.Lane. (2010). *Manajemen Pemasaran*, Edisi 13, Jilid 1. Penerbit Erlangga : Jakarta.

Kotler dan Keller 2009. "*Manajemen Pemasaran*". Indonesia. PT Indeks

Kotler dan Keller 2009. "*Manajemen Pemasaran, edisi 13.*" Jakarta. Erlangga

Mangkunegara, A.P. 2009. *Perilaku Konsumen*. Edisi Revisi. Cetakan Keempat. PT. Refika Aditama. Bandung.

Novian Yuga Pamujo. 2011, Skripsi, "*Analisis pengaruh atribut produk, bauran promosi, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian produk merchandise (studi pada kedai digital 7 di semarang),*" Universitas Diponegoro Semarang 2011

Nur Indriantoro, Bambang Supomo, 2002, *Metodologi Penelitian Bisnis*, Yogyakarta

Stanton, William J., (1991), *Prinsip Pemasaran*, Erlangga, Jakarta

Sugiyono, 2011. "*Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*". cetakan ke-13 Bandung. Alfabeta

Swastha, Basu & Irawan. 2008. *Manajemen Pemasaran Modern*. Cetakan Ketujuh. Yogyakarta. LIBERTY

Tjiptono Fandi 1997, "*Brand Management Strategi*", Jakarta

Tjiptono, Fandy, (2005) *Brand Management & Strategy*, ANDI, Yogyakarta

Tjiptono, Fandy, (2008). *Service Management Mewujudkan Layanan Prima* penerbit C.V ANDI OFFSET edisi II Yogyakarta.

[www. Arsip Berita.com](http://www.ArsipBerita.com)