

## BAB V

### KESIMPULAN, IMPLIKASI DAN SARAN

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan kajian teoretik, analisis data dan deskripsi hasil penelitian yang telah diuraikan pada bab – bab sebelumnya, bahwa penelitian mengenai keputusan pembelian telah memberikan kesimpulan dan membuktikan bahwa hipotesis yang dikemukakan diawal adalah dapat diterima. Penelitian yang dilakukan di Universitas Negeri Jakarta pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dari bulan Februari 2018 sampai dengan Juli 2018 memberikan hasil sebagai berikut:

1. Terdapat hubungan positif dan signifikan antara desain produk dengan keputusan pembelian *Honda Beat* pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta sebesar 10,5%. Jika desain produk baik, maka keputusan pembelian *Honda Beat* akan meningkat.
2. Terdapat hubungan positif dan signifikan antara harga dengan keputusan pembelian *Honda Beat* pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta sebesar 10,5%. Jika harga rendah, maka keputusan pembelian *Honda Beat* akan meningkat.
3. Terdapat hubungan positif dan signifikan antara desain produk dan harga dengan keputusan pembelian *Honda Beat* pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta sebesar 16,6%.

## **B. Implikasi**

Berdasarkan kesimpulan yang telah dikemukakan bahwa terdapat hubungan yang positif antara desain produk dengan keputusan pembelian dan harga dengan keputusan pembelian *Honda Beat* pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi di Universitas Negeri Jakarta. Hal ini membuktikan bahwa desain produk dan harga merupakan faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian. Dengan demikian, hasil penelitian ini sesuai dengan hipotesis yang diajukan.

Desain produk mempunyai peranan yang penting dalam mempengaruhi keputusan pembelian sebesar 10,5% karena desain produk yang sesuai dengan kebutuhan mahasiswa saat ini berperan sangat penting dalam meningkatkan keputusan pembelian. Oleh karena itu, semakin baik desain produk, maka keputusan pembelian *Honda Beat* semakin tinggi.

Harga juga memiliki peranan penting dalam meningkatkan keputusan pembelian konsumen sebesar 10,5%. Penetapan harga produk baru yang digunakan untuk *Honda Beat* adalah harga rendah karena sasaran pasarnya adalah konsumen kelas menengah. Semakin rendah harga produk maka keputusan pembelian akan meningkat. Hal ini berarti harga berpengaruh dalam meningkatkan keputusan pembelian.

Berdasarkan dari hasil pengolahan data yang telah dilakukan, produsen *Honda Beat* harus memberikan perhatian lebih besar pada indikator yang rendah demi perbaikan-perbaikan yang dilakukan untuk ke depannya. Dapat diketahui indikator terendah dari variabel keputusan pembelian, yaitu dimensi pengenalan kebutuhan dengan indikator eksternal sub indikator pengaruh

orang lain. Untuk desain produk indikator terendahnya adalah dimensi fungsi produk dengan indikator sifat produk sub indikator mengikuti perkembangan zaman. Selanjutnya harga dengan indikator terendahnya adalah dimensi dimensi cara pembayaran dengan indikator pemilihan pembayaran tunai atau kredit. Sementara itu, vendor *Honda Beat* harus mempertahankan indikator yang memiliki skor tertinggi, sehingga dalam melakukan keputusan pembelian dapat terwujud dengan maksimal.

### **C. Saran**

Berdasarkan kesimpulan dan implikasi yang dikemukakan di atas, maka peneliti menyampaikan beberapa saran yang mungkin dapat bermanfaat dalam mempertahankan dan meningkatkan keputusan pembelian *Honda Beat*, antara lain:

1. *Honda* harus dapat mempertahankan dan meningkatkan keputusan pembelian konsumen dengan merancang desain produk yang menarik dan menyesuaikan harga.
2. *Honda* perlu merancang desain produk yang lebih menarik agar keputusan pembelian pada *Honda Beat* dapat meningkat.
3. *Honda* juga perlu memperhatikan penetapan harga yang diberikan. Alangkah baiknya harga yang di berikan *Honda* sesuai dengan kualitas *Honda Beat* yang sesungguhnya.

