

BAB V

KESIMPULAN DAN IMPLIKASI MANAJERIAL

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis pengaruh Kualitas Produk dan Inovasi Produk terhadap Keputusan Pembelian produk motor Honda. Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh dan pembahasan yang telah dilakukan maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Dari hasil pengujian hipotesis secara parsial uji T variabel Kualitas Produk diperoleh nilai T-hitung sebesar 3.366 lebih besar table (T tabel) sebesar 1.990 dan nilai signikansi variabel Kualitas Produk 0,001 lebih kecil dari 0,05. Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa Kualitas Produk secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian.
2. Dari hasil pengujian hipotesis secara parsial uji T variabel Inovasi Produk diperoleh nilai T-hitung sebesar -2.585 lebih kecil table (T tabel) sebesar 1,990 dan nilai signikansi variabel Promosi 0,002 lebih kecil dari 0,05. Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa Inovasi tidak berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian.
3. Dari hasil pengujian dengan hipotesis secara simultan diperoleh nilai F hitung 6.617 lebih besar F tabel 3,11 dengan nilai signifikansi lebih kecil dari 0.05 yaitu sebesar 0,002. Karena memiliki signifikansi lebih kecil dari α (0,05) yaitu sebesar 0,002 menunjukkan bahwa Keputusan Pembelian dapat dijelaskan oleh Kualitas Produk dan Inovasi Produk. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel independen dalam penelitian ini secara bersama-sama (simultan) berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian.

5.2 Implikasi Manajerial

Berdasarkan hasil penelitian, hasil pembahasan serta kesimpulan yang diperoleh maka saran yang dapat dikemukakan sebagai berikut :

1. Dari hasil Kualitas Produk, perusahaan hendaknya mampu mempertahankan dan terus meningkatkan Kualitas Produk yang sudah ada dengan cara terus meningkatkan Kualitas agar konsumen semakin percaya dengan produk yang telah ada.
2. Dari hasil Inovasi Produk, perusahaan hendaknya mampu meningkatkan strategi pemasaran yang cocok agar konsumen lebih tertarik dalam melakukan pembelian seperti membuat inovasi produk yang baik dari periode ke periode sehingga konsumen lebih tertarik dengan produk-produk apa saja yang baru dikeluarkan oleh perusahaan tersebut.
3. Dari hasil Keputusan Pembelian, perusahaan hendaknya mempertahankan Kualitas Produk dan Inovasi Produk yang ada, dengan Kualitas Produk dan Inovasi Produk yang baik maka konsumen akan setia dan berpikir untuk melakukan pembelian ulang. Selain itu perusahaan juga dapat mengembangkan produk yang nantinya akan memberikan banyak variasi produk yang dapat dipilih konsumen.