

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan pada hasil penelitian ini dan pembahasan mengenai pengaruh kualitas produk dan desain produk terhadap kepuasan konsumen, maka penulis menarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Dari hasil perhitungan Uji T dalam Kualitas Produk nilai  $t$  hitung lebih besar dari  $t$  tabel dan nilai signifikansi. Dengan demikian  $H_0$  di tolak, artinya Kualitas Produk berpengaruh secara parsial yang signifikan terhadap Kepuasan Konsumen Sepeda Motor Honda Scoopy. Yang artinya hasil penelitian melalui Mahasiswa/I Fakultas Ekonomi di Universitas Bhayangkara lebih mementingkan kualitas produk sepeda motor Honda Scoopy dibandingkan dengan desain motor tersebut.
2. Dari hasil perhitungan Uji T dalam Desain Produk nilai  $T$  hitung lebih besar dari  $T$  tabel. Dengan demikian  $H_0$  di terima, artinya variabel Desain Produk tidak berpengaruh secara parsial yang signifikan terhadap Kepuasan Konsumen Sepeda Motor Honda Scoopy. Yang artinya hasil penelitian melalui Mahasiswa/I Fakultas Ekonomi di Universitas Bhayangkara lebih tidak mementingkan desain produk sepeda motor Honda Scoopy tetapi lebih mementingkan kualitas produk desain motor tersebut.
3. Dari hasil perhitungan secara simultan pada Uji F nilai  $F$  hitung lebih besar dari  $F$  tabel. Dengan demikian  $H_0$  ditolak, artinya terdapat pengaruh signifikan antara Kualitas Produk dan Desain Produk secara simultan terhadap Kepuasan Konsumen.

## 5.2 Implikasi Manajerial

Berdasarkan hasil analisa data yang telah di uji menggunakan analisis regresi berganda, maka dapat dipastikan bahwa Kualitas Produk dan Desain Produk terbukti mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Konsumen sepeda motor Honda Scoopy. Adapun implikasi manajerial yang dapat diterapkan oleh PT. Astra Honda Motor (AHM) di Bekasi adalah sebagai berikut :

1. Berdasarkan penelitian ditemukan secara parsial menyatakan bahwa variabel Kualitas Produk berpengaruh positif terhadap Kepuasan Konsumen. Hal ini berarti membuktikan bahwa dengan Kualitas Produk sepeda motor Honda Scoopy memuaskan permintaan konsumen. Maka pihak AHM sebaiknya bisa lebih meningkatkan kualitas produk Honda Scoopy lagi agar menarik minat beli konsumen dengan demikian maka akan meningkatkan Keputusan Pembelian. Karena sebagian besar konsumen melihat dari Kualitas Produk yang memadai sebelum melakukan pembelian.
2. PT. Astra Honda Motor (AHM) seharusnya lebih aktif inovatif kembali dalam membuat desain motor Honda Scoopy agar konsumen dapat tertarik dan puas supaya menjaga nama baik label Honda.
3. Berdasarkan hasil penelitian tersebut maka perusahaan PT. Astra Honda Motor (AHM) dalam hal ini strategi penetapan Kualitas Produk dan Desain Produk yang lebih baik lagi sehingga dapat menarik minat beli konsumen dan dapat meningkatkan Kepuasan Konsumen Sepeda Motor Honda Scoopy.