

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil analisis penelitian yang dijelaskan dalam bab sebelumnya yaitu mengenai Desain Produk, Kualitas Produk, Harga Produk, dan Keputusan Pembelian, maka kesimpulan hasil dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Desain Produk secara positif berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian mobil Isuzu Panther di Surabaya. Hal ini berarti style/ gaya produk, fitur produk dan mutu produk sangat mempengaruhi pembeli dan pengguna mobil Isuzu Panther di Surabaya mengambil Keputusan Pembelian.
2. Kualitas Produk secara positif berpengaruh tidak signifikan terhadap Keputusan Pembelian mobil Isuzu Panther di Surabaya. Hal ini berarti bahwa reliabilitas, daya tahan, kemampuan pelayanan, dan kualitas yang dipersiapkan sedikit mempengaruhi pembeli dan pengguna mobil Isuzu Panther di Surabaya mengambil Keputusan Pembelian.
3. Harga Produk secara positif berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian mobil Isuzu Panther di Surabaya. Hal ini berarti bahwa kesesuaian harga dengan kualitas, daya saing harga, dan kesesuaian harga dengan manfaat sangat mempengaruhi pembeli dan pengguna mobil Isuzu Panther di Surabaya mengambil Keputusan Pembelian.

## **5.2. Keterbatasan Penelitian**

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, terdapat beberapa keterbatasan dalam penelitian ini, adapun keterbatasan dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Responden tidak bisa ditemui secara langsung di lokasi keramaian seperti yang direncanakan semula karena interaksi secara fisik dengan banyak orang akan mendatangkan risiko di era pandemi ini. Solusinya adalah dengan menyebarkan link kuesioner online melalui WhatsApp, Instagram, dan media sosial lainnya.
2. Dalam kuesioner penelitian ini belum tertera informasi yang lebih lengkap mengenai desain, kualitas, dan harga produk sehingga belum memberikan gambaran yang akurat pada responden saat mengisi kuesioner.

## **5.3. Saran**

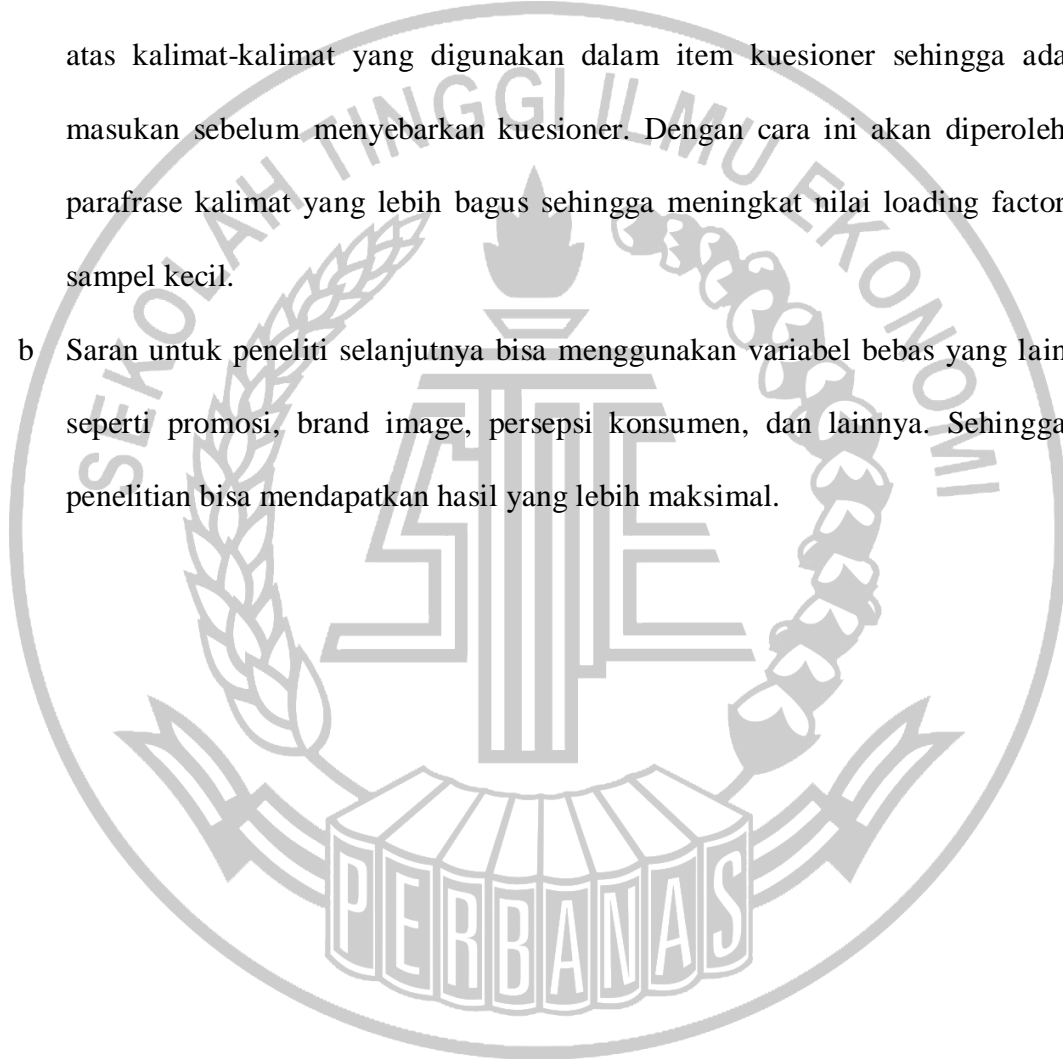
Berdasarkan penelitian dan analisis yang telah dilakukan, peneliti memberi masukan saran yang diharapkan dan dipakai sebagai pertimbangan untuk perusahaan dan peneliti selanjutnya. Adapun saran-saran yang dapat peneliti berikan sebagai berikut:

## 1. Saran Bagi PT. ASTRA ISUZU Indonesia

- a. Berdasarkan hasil uji pengaruh variabel desain produk, kualitas produk, dan harga produk terhadap keputusan pembelian mobil Isuzu Panther, diperoleh informasi bahwa variabel desain produk dan harga produk adalah variabel yang besarnya pengaruh pada niat beli paling besar dengan nilai p value 0,000. Untuk itu saran bagi produsen mobil Isuzu Panther adalah tidak hanya meningkatkan kualitasnya saja, tetapi desain produk yang menjadi penilaian pertama dan penilaian fisik luar dari produk bisa dikembangkan lebih bagus dan lebih unik lagi agar lebih menarik dan mudah dikenali oleh masyarakat. Dan juga harga yang ditawarkan pada pasar bisa lebih diperhartikan lagi agar bisa lebih bersaing dan mendorong pengaruh yang lebih kuat untuk terjadinya keputusan pembelian mobil Isuzu Panther.
- b. Desain Produk memiliki nilai mean atau rata-rata terendah yaitu 3,54 pada DP3 (*Style* atau gaya yang dimiliki mobil Isuzu Panther sesuai dengan perkembangan zaman di era millennial) dan Harga Produk memiliki nilai mean atau rata-rata terendah yaitu 3,85 pada HP2 (Harga mobil Isuzu Panther mampu bersaing dengan yang lain). Untuk saran bagi calon konsumen mobil Isuzu panther sebaiknya melihat-lihat juga harga pesaing dan membandingkan apakah harga dari mobil Isuzu Panther mampu bersaing atau tidak.

## 2. Saran Bagi Peneliti Selanjutnya

- a Dengan melihat bahwa nilai loading factor sampel kecil untuk item DP1 dan KP4 kecil, maka saran bagi peneliti lain adalah seharusnya sebelum menyebarkan kuesioner sampel kecil sebaiknya kalimat-kalimat dari semua item kuesioner dicobakan dahulu ke beberapa responden awal untuk melihat atas kalimat-kalimat yang digunakan dalam item kuesioner sehingga ada masukan sebelum menyebarkan kuesioner. Dengan cara ini akan diperoleh parafrase kalimat yang lebih bagus sehingga meningkat nilai loading factor sampel kecil.
- b Saran untuk peneliti selanjutnya bisa menggunakan variabel bebas yang lain seperti promosi, brand image, persepsi konsumen, dan lainnya. Sehingga penelitian bisa mendapatkan hasil yang lebih maksimal.



## DAFTAR PUSTAKA

- Al Rasyid, Harun dan Tri Indah, Agus. 2018. Pengaruh Inovasi Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha di Kota Tangerang Selatan. *Perspektif*. Vol. XVI, No. 1.
- Assauri, Sotjan. 2015. *Manajemen Pemasaran: Dasar, Konsep, dan Strategi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Arfan, Muhammad F, Amrin Fauzi, dan Edang Sulistya Rini. 2019. The Effect of Promotion, Price Perception and Product Quality on Purchasing Weaving Decisions on Consumers of Raki Weaving Assisted by Deli Serdang Cooperative Service. *International Journal of Research and Review* . Vol. 6, Issue. 7.
- Armstrong, Gary and Kotler, Philip 2015. *Marketing an Introducing Prentice Hall twelfth edition*. England : Pearson Education, Inc.
- Ghozali, Imam. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam dan Latan, Hengky. (2015). *Partial Least Square Konsep Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. 2016. *Marketing Management*. 15th Edition. New Jersey: Pearson Prentice Hall, Inc.
- Solimun, Achmad, Adji. R. F, Nurjannah. 2017. *Metode Statistika Multivariat Pemodelan Persamaan Struktural (SEM) Pendekatan WarpPLS*. Malang : UB Press.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta, CV.
- Sutanto, dan Thomas Stefanus Kaihatu. 2019. The Effect Of Product Design, Brand Image, And Product Quality Towards Purchasing Decisions Of Laptop Brands.. *International Journal of Economics, Business and Management Research*. Vol. 3, No. 06.
- Tjiptono, Fandy. 2015. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Tjiptono, Fandy dan Chandra, Gregorius. 2016. *Service, Quality & Satisfaction*. Yogyakarta. Andi.