

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan data yang didapatkan setelah diolah kembali, maka hasil penelitian tentang pengaruh desain produk, kualitas produk dan kepercayaan konsumen terhadap keputusan pembelian sofa pandri mebel pada Toko Mahkota Jati Pangkalpinang, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

- a. Berdasarkan jawaban responden pada setiap pertanyaan indikator, variabel desain produk menunjukkan nilai rata-rata dengan nilai sebesar 4,04 (Tinggi), kualitas produk menunjukkan nilai rata-rata dengan nilai sebesar 4,12 (Tinggi), kepercayaan konsumen menunjukkan nilai rata-rata dengan nilai sebesar 4,13 (Tinggi) dan keputusan pembelian menunjukkan nilai rata-rata dengan nilai sebesar 4,10 (Tinggi). Sehingga H1 yang menyatakan desain produk rendah ditolak, kualitas produk tinggi, kepercayaan konsumen tinggi, dan keputusan pembelian tinggi diterima, jadi H1 dalam penelitian ini ditolak.
- b. Desain produk mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, dimana t hitung untuk X_1 sebesar 2,154 lebih besar dari t tabel 1,986 dengan signifikansi sebesar 0,034 lebih kecil dari taraf signifikansi 0,05. Variabel desain produk mempunyai peran yang penting dalam meningkatkan keputusan pembelian sofa pandri mebel pada Toko Mahkota Jati Pangkalpinang. Sehingga H2 yang menyatakan desain

- produk mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian diterima.
- c. Kualitas produk mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, dimana t hitung untuk X_2 sebesar 2,961 lebih besar dari t tabel 1,986 dengan signifikansi sebesar 0,004 lebih kecil dari taraf signifikansi yaitu 0,05. Variabel kualitas produk mempunyai peran yang penting dalam peningkatan keputusan pembelian sofa pandri mebel pada Toko Mahkota Jati Pangkalpinang. Sehingga H_3 yang menyatakan kualitas produk mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian diterima.
 - d. Kepercayaan konsumen mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, dimana t hitung untuk X_3 sebesar 2,024 lebih besar dari t tabel 1,986 dengan signifikansi sebesar 0,046 lebih kecil dari taraf signifikansi yaitu 0,05. Variabel kepercayaan konsumen mempunyai peran yang penting dalam meningkatkan keputusan pembelian sofa pandri mebel pada Toko Mahkota Jati Pangkalpinang. Sehingga H_4 yang menyatakan kepercayaan konsumen mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian diterima.
 - e. Pengujian secara bersama-sama, dimana F hitung sebesar 15,949 dan F tabel dengan $df_1 =$ derajat pembilangan 3 dan $df_2 =$ derajat penyebut 89 dengan taraf 5% maka didapat F tabel sebesar 2,71, berarti F hitung $>$ f tabel. Hasil $= 0,000 < 0,05$. Variabel desain produk, kualitas produk dan kepercayaan konsumen berpengaruh secara bersama-sama atau simultan

terhadap keputusan pembelian sofa rakitan pandri mebel pada Toko Mahkota Jati Pangkalpinang.

Sehingga H5 yang menyatakan desain produk, kualitas produk dan kepercayaan konsumen secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian diterima.

5.2 Saran

Berdasarkan simpulan yang telah diperoleh dari hasil penelitian ini, maka ada beberapa saran yang penulis berikan yang berhubungan dengan desain produk, kualitas produk dan kepercayaan konsumen, yaitu antara lain:

1. Kepada produsen Sofa Pandri Mebel untuk selalu memperbaharui desain produk yang ada serta tetap menjaga kualitas produknya, karena variabel tersebut berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. konsumen saat ini selalu menuntut atau mencari produk-produk dengan desain yang baru kaarena desain adalah hal pertama yang di lihat oleh konsumen.
2. Kepada Toko Mahkota Jati Pangkalpinang untuk selalu menjaga kepercayaan konsumen agar tetap setia menjadi pelanggan dan menggunakan produk di Toko Mahkota Jati Pangkalpinang.
3. Saran untuk peneliti selanjutnya, penelitian ini dapat dilakukan kembali dengan objek penelitian yang berbeda serta dengan item pertanyaan pada kuesioner yang berbeda dengan pertanyaan kuesioner penelitian lainnya. Bagi peneliti selanjutnya dapat dimanfaatkan sebagai bahan rujukan dalam

melakukan penelitian yang berkaitan dengan desain produk, kualitas produk dan kepercayaan konsumen.

