

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dipaparkan oleh penulis pada bagian Bab IV mengenai pengaruh citra merek, desain produk, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian produk Nevada di PT Matahari Department Store Tbk. Maka kesimpulan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut

1. Secara parsial dari penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel citra merek terhadap keputusan pembelian dengan hasil nilai signifikansi 0,000 kurang dari 0.05.
2. Secara parsial hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel desain produk terhadap keputusan pembelian dengan hasil nilai signifikansi 0,000 kurang dari 0,05.
3. Secara parsial hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian dengan hasil signifikansi 0,000 kurang dari 0,05.
4. Hasil penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa terdapat pengaruh citra merek, desain produk dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian dengan diperoleh nilai konstanta keputusan pembelian sebesar

13,980, koefisien citra merek sebesar 0,222, koefisien desain produk sebesar 0,731 dan koefisien kualitas pelayanan sebesar 0,203.

B. SARAN

Berdasarkan kesimpulan diatas, selanjutnya dapat diusulkan saran yang diharapkan dapat bermanfaat, diantaranya :

1. Bagi Akademi

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai acuan bagi peneliti selanjutnya. Untuk mengembangkan penelitian ini, dapat mempertimbangkan variabel-variabel lainnya seperti kualitas produk, harga, budaya dan sosial yang belum diuji dalam penelitian ini disesuaikan dengan permasalahan yang akan diteliti.

2. Bagi PT Matahari Department Store Tbk Cibinong City Mall

Berdasarkan hasil Analisis Regresi Linear Berganda diperoleh nilai koefisien tertinggi pada variabel desain produk sebesar 0,731 yang berarti bahwa setiap terjadi peningkatan variabel desain produk sebesar 1% maka keputusan pembelian meningkat sebesar 0,731. Untuk itu peneliti menyarankan bagi perusahaan khususnya dalam aspek desain produk untuk terus mempertahankan dan meningkatkan kualitas desain pada produk, baik itu dari segi keunikan, corak, ragam, variasi warna dan model produk yang akan dipasarkan. Sehingga dapat meningkatkan laba dan tujuan perusahaan dapat dicapai dengan lebih mudah.