

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dikemukakan, maka dari penelitian dengan judul “**Pengaruh *Product Design Terhadap Purchase Intention Pada Distro A***“. 100 responden yang diambil merupakan pelanggan dari Distro A telah memberikan tanggapan mengenai *purchase intention* dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. 100 responden yang diambil merupakan pelanggan dari distro A telah memberikan tanggapan mengenai *product design*, terdiri dari tanggapan atas :
 - *Form*. Pada sub variabel ini, indikator pertama dapat disimpulkan bahwa pada umumnya pelanggan merasa bahwa ukuran produk distro A beragam. Untuk indikator kedua, dapat disimpulkan bahwa pada umumnya pelanggan merasa bahwa desain-desain produk distro A beragam. Untuk indikator ketiga, dapat disimpulkan bahwa umumnya pelanggan merasa warna-warna produk distro A beragam.
 - *Customization*. Pada sub variabel ini dapat disimpulkan bahwa mayoritas pelanggan menyadari bahwa di distro A mudah memesan produk yang sesuai dengan kehendak konsumennya, baik itu ukuran maupun desain produk yang ditawarkan di distro A.
 - *Performance quality*. Pada sub variabel ini dapat disimpulkan bahwa pada mayoritas pelanggan merasa nyaman menggunakan produk-produk distro A.

- *Conformance Quality*. Pada sub variabel ini dapat disimpulkan bahwa pada umumnya pelanggan merasa gambar produk-produk distro A di katalog-katalognya sesuai dengan bentuk fisiknya.
- *Durability*. Pada sub variabel ini, dapat disimpulkan bahwa pada umumnya pelanggan merasa yakin bahwa produk-produk distro A memiliki daya tahan yang lama.
- *Reliability*. Pada sub variabel ini, dapat disimpulkan bahwa pada umumnya pelanggan merasa mudah memperbaiki produk-produk distro A.
- *Style*. Pada sub variabel ini, dapat disimpulkan bahwa mayoritas pelanggan merasa yakin bahwa produk-produk distro A memiliki desain yang indah.

Secara keseluruhan, tanggapan pelanggan terhadap *product design* bias kita lihat dari hasil jumlah skor kriterium, dan hasilnya dinilai cukup baik bahkan mendekati baik.

2. 100 responden yang diambil merupakan pelanggan dari distro A telah memberikan tanggapan mengenai *purchase intention*, terdiri tanggapan atas AIDA (*attention, Interest, Desire, Action*) :

- *Attention*. Pada indikator ini. Dapat disimpulkan bahwa pada umumnya pelanggan merasa bahwa produk-produk distro A dapat menarik perhatian mereka.
- *Interest*. Pada indikator ini dapat disimpulkan bahwa mayoritas pelanggan merasa bahwa mereka memiliki ketertarikan terhadap produk-produk distro A.

- *Desire*. Pada indikator ini, dapat disimpulkan bahwa pada umumnya pelanggan merasa ingin memiliki produk-produk distro A.
- *Action*. Pada indikator ini, dapat disimpulkan bahwa pada umumnya pelanggan merasa cukup berminat untuk melakukan pembelian terhadap produk-produk distro A.

Secara keseluruhan, tanggapan pelanggan terhadap *purchase intention* pada produk-produk distro A bias kita lihat dari hasil jumlah skor kriterium, dan hasilnya cukup baik bahkan mendekati baik.

3. Analisis Statistik

- Berdasarkan analisis regresi linear sederhana, didapat persamaan regresi yaitu $Y = a + b.X$ *Purchase intention = 0,729 + 0,476 product design*. hal ini memiliki arti bahwa variabel Y (*purchase intention*) bernilai sama dengan 0,729, saat ini variabel X (*product design*) sama dengan 0, dan setiap kenaikan variabel X (*product design*) sebesar 1 satuan. Maka akan berpengaruh pada variabel Y (*purchase intention*) dengan kenaikan sebesar 0,476.
- Output dari analisis regresi linear sederhana menunjukkan R square (koefisien determinasi) sebesar 0.151 hal ini mengundangi arti bahwa varian yang terjadi pada variabel Y yaitu (*purchase intention*) dapat dipengaruhi variabel X (*product design*).
- Berdasarkan hasil pengujian hipotesis uji t-hitung=4,18 > t-tabel = 1,980. Karena t-hitung > t-tabel, maka penghitungan diatas dikatakan Signifikan. Sehingga H_0

ditolak dan H^1 diterima, oleh karena itu terbukti bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel *product design* terhadap *purchase intention*.

- Berdasarkan penjelasan diatas, dapat disimpulkan bahwa *product design* memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *purchase intention*.

5.2 Saran

Hasil dari penelitian ini telah memberikan informasi mengenai “**Pengaruh Product Design Terhadap Purchase Intention Pada Distro A**“. berikut merupakan saran yang diajukan kepada distro A antara lain :

1. Dalam rangka peningkatan kepuasan pelanggan, diharapkan distro A selalu memperhatikan desain produknya agar tidak terkesan norak atau membosankan.
2. Guna meningkatkan minat *product design* dari produk-produk distro A, diharapkan produk-produk distro A dapat memberikan desain-desain yang *up to date* dan membedakan dengan para competitor yang lain di tingkat nasional maupun internasional tentu saja harus ditunjang oleh tim R & D yang kreatif dan cekatan terhadap perubahan *trend*.
3. Untuk meningkatkan *purchase intention* terhadap produk-produk distro A tidak ada salahnya perusahaan mencoba membuat promo-promo tertentu, bisa dengan skala kecil, misalnya memberikan reward atau hadiah tertentu kepada konsumen, tujuannya untuk menarik perhatian pelanggan agar mau membeli produk-produk distro A.