

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan dari hasil analisis data yang dilakukan, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Secara keseluruhan konsumen memiliki persepsi yang positif terhadap atribut produk ponsel Motorola. Konsumen memiliki persepsi yang negatif terhadap atribut: *Product Quality* yaitu baterai mudah rusak dan pada *Product Features* yaitu Fasilitas SMS yang kurang lengkap.

Namun konsumen memiliki persepsi yang positif terhadap atribut-atribut lainnya:

➤ *Product Quality*

Berdasarkan analisis kuantitatif dengan menggunakan frekuensi presentase dapat disimpulkan bahwa atribut *Product Quality* dari ponsel Motorola yang mempunyai indikator seperti Harga produk terjangkau, manfaat yang diperoleh dari ponsel sesuai dengan harganya, Merek Motorola terkenal, terpercaya/terjamin, Baterai tahan lama dinilai positif oleh responden.

➤ *Product Features*

Berdasarkan analisis kuantitatif dengan menggunakan frekuensi presentase dapat disimpulkan bahwa atribut *Product Features* dari ponsel Motorola yaitu Fasilitas SMS mudah digunakan, kualitas kameranya bagus, fasilitas kameranya

lengkap, Kapasitas Phonebook dan Memory mencukupi, Tampilan gambar/tulisan jelas dan memiliki jumlah pixel warna yang banyak dinilai positif oleh responden.

➤ *Product Style and Design*

Berdasarkan analisis kuantitatif dengan menggunakan frekuensi presentase dapat disimpulkan bahwa atribut *Product Style and Design* dari ponsel Motorola yaitu Model produknya menarik, Model produknya lebih bagus dibanding merek lain, bera produknya pas,serta ukuran produknya sesuai dengan keinginan.dinilai positif/ baik oleh responden.

2. Hubungan antara produk ponsel Motorola dengan minat beli yaitu *Product Features* signifikan dan hubungannya sebesar 0,156, *Product Style and Design* signifikan dan hubungannya sebesar 0,431, sedangkan hubungan antara atribut produk (*Product Quality*) dengan minat beli tidak signifikan.

## **5.2 Keterbatasan Penelitian**

Dalam menyusun Skripsi ini, penulis juga menemukan beberapa kelemahan atau keterbatasan penelitian antara lain:

1. Penulis hanya menyebarkan kuesioner pada mahasiswa Universitas Kristen Maranatha saja dengan asumsi bahwa dari seluruh mahasiswa Universitas Kristen Maranatha banyak yang menggunakan ponsel Motorola sehingga diharapkan sampel ini dapat mewakili sebagian besar para pengguna ponsel Motorola.

2. Hasil yang diperoleh dari penelitian ini, tidak dapat dianggap mewakili keseluruhan variabel dari atribut produk yang berhubungan dengan minat beli konsumen, karena keterbatasan waktu yang penulis miliki, banyak responden yang mengisi kuesioner yang tidak sesuai.

### **5.3 Saran**

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan-kesimpulan yang telah diperoleh, maka penulis mengajukan beberapa saran:

1. Sebaiknya perusahaan Motorola terus mempertahankan atribut-atribut produk yang dinilai positif oleh konsumen dan memperbaiki atribut-atribut produk yang dinilai negatif atau kurang baik oleh konsumen seperti atribut baterai mudah rusak dan atribut SMS yang dianggap kurang lengkap agar kedua atribut tersebut dapat dipersepsikan positif oleh konsumen sehingga dapat menarik minat beli.
2. Sebaiknya perusahaan Motorola melakukan penelitian lebih lanjut pada segmen konsumen yang berbeda-beda agar dapat mengerti dengan jelas apa yang diinginkan oleh masing-masing segmen konsumen yang berbeda-beda.