

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Dari hasil penelitian tentang pengaruh atribut produk terhadap keputusan pembelian ponsel blackberry ini, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa :

1. Pengujian secara simultan menyimpulkan bahwa atribut produk blackberry yang terdiri dari merek, kemasan, label, layanan pelengkap dan garansi secara bersama-sama bisa mempengaruhi keputusan pembelian ponsel blackberry. Hasil ini terlihat dari nilai f-hitung yaitu 5,493 lebih besar dari f-tabel yaitu 2,37 dan berada didaerah H_1 .
2. Pengujian secara parsial menyimpulkan bahwa diantara kelima variabel bebas yang dibentuk, yaitu merek, kemasan, label, layanan pelengkap keanggotaan BBM, dan garansi. Hanya variabel kemasan, layanan pelengkap keanggotaan BBM dan garansi-lah yang berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil ini terlihat dari nilai t hitung merek (-1,133) dan garansi (-,179) berada di daerah H_0 diterima, ini menunjukkan bahwa koefisien regresi sama dengan nol.
3. Diantara lima variabel bebas, layanan pelengkap keanggotaan BBM ponsel blackberry merupakan variabel yang pengaruhnya paling dominan. Berdasarkan uji variabel dominan yang telah dilakukan layanan pelengkap keanggotaan BBM memiliki kontribusi 16,5%.

5.2. Saran

1. Peneliti Selanjutnya

Ini disampaikan langsung kepada calon peneliti yang akan membahas mengenai masalah judul yang sama yaitu tentang atribut produk dan yang kedua tempat, lokasi dan objek yang sama :

- a. Untuk judul yang sama, peneliti memberikan saran agar lebih memperkaya kajian teori, sebab atribut produk adalah suatu topik yang sangat menarik, dan memiliki banyak teori dan pendapat, untuk itu peneliti mengharapkan banyaknya referensi dari berbagai sumber khususnya dalam menentukan variabel hingga pada tataran menskalakan.
- b. Untuk peneliti yang akan meneliti tempat, lokasi dan objek yang sama, disini peneliti memberikan saran agar lebih dalam lagi dalam memperdalam lagi analisis dan ketajaman dalam mengkritisi masalah yang ada di lokasi dan objek tersebut.

2. Manajer perusahaan ponsel Blackberry

Untuk meningkatkan suatu penjualan yang besar diperlukan adanya intensitas yang lebih dalam membangun sebuah atribut produk. Sebab atribut produk yang bernilai tinggi tentunya memiliki sebuah aset-aset yang tinggi. Tentunya peningkatan investasi dalam menciptakan atribut produk yang bagus perlu di rencanakan dan terlebih lagi dilakukan, agar *value* dari sebuah merek meningkat serta citra dari merek tersebut juga akan lebih baik.