

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Penelitian ini untuk menjawab hasil penelitian yang berjudul pengaruh atribut produk dan tingkat sosial terhadap keputusan pembelian sprei bonita dengan citra merek sebagai variabel intervening. Dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Atribut produk berpengaruh terhadap variabel keputusan pembelian, atribut produk yang baik dari sebuah produk akan berdampak kepada keputusan pembelian terhadap produk tersebut, hal ini juga dapat dilihat dari nilai t hitung atribut produk yang lebih besar dari nilai t tabelnya.
2. Tingkat sosial tidak berpengaruh terhadap variabel keputusan pembelian, hal ini dikarenakan untuk membeli sebuah produk sprei tidak membutuhkan tingkat sosial yang tinggi, hal ini juga dapat dilihat dari nilai t hitung tingkat sosial yang lebih kecil dari nilai t tabelnya.
3. Atribut produk berpengaruh terhadap variabel citra merek, hal ini dapat dilihat dari nilai t hitung atribut produk lebih besar dari nilai t tabelnya.
4. Tingkat sosial berpengaruh terhadap variabel citra merek, hal ini dikarenakan tingkat sosial yang tinggi biasanya akan memilih produk yang lebih mahal, hal ini juga dapat dilihat dari nilai t hitung tingkat sosial yang lebih besar dari nilai t tabelnya.
5. Citra merek berpengaruh terhadap variabel keputusan pembelian, hal ini dikarenakan citra merek sangat menentukan orang orang untuk membeli

sebuah produk, hal ini juga dapat dilihat dari nilai t hitung citra merek lebih besar dari nilai t tabelnya.

6. Berdasarkan hasil analisis terhadap hipotesis 6 dapat diketahui bahwa variabel atribut produk tidak berpengaruh terhadap variabel keputusan pembelian. Sesuai dari hasil penelitian pengaruh langsung atribut produk terhadap keputusan pembelian lebih besar pengaruhnya daripada pengaruh tidak langsung melalui variabel citra merek. Maka variabel citra merek tidak memiliki kriteria sebagai variabel intervening, atau tidak memediasi pengaruh atribut produk terhadap keputusan pembelian.
7. Berdasarkan hasil analisis terhadap hipotesis 7 dapat diketahui bahwa variabel tingkat sosial berpengaruh terhadap variabel keputusan pembelian. Sesuai dari hasil penelitian pengaruh langsung tingkat sosial terhadap keputusan pembelian lebih kecil pengaruhnya daripada pengaruh tidak langsung melalui variabel citra merek. Maka variabel citra merek memiliki kriteria sebagai variabel intervening, atau memediasi pengaruh atribut produk terhadap keputusan pembelian.

B. Saran

Berdasarkan hasil analisis dari data-data yang diolah oleh penulis, maka penulis mengemukakan beberapa saran yang diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi perusahaan. Adapun saran-saran tersebut sebagai berikut :

1. Diharapkan penelitian ini bermanfaat bagi peneliti sendiri untuk dipakai di kemudian hari.

2. Diharapkan Toko Amanah dapat mempertahankan citra merek dan atribut produknya agar keputusan pembelian di kemudia hari tetap terjaga.
3. Diharapkan penelitian ini bermanfaat bagi perguruan tinggi dan bisa digunakan sebagai mana mestinya.
4. Untuk peneliti selanjutnya diharapkan bisa menambah variabel yang diteliti untuk memperoleh hasil yang lebih memuaskan.

