

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga, kualitas produk, desain produk dan *word of mouth* terhadap keputusan pembelian produk scoots. Berdasarkan data yang telah dikumpulkan, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Harga tidak berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian produk scoots. Hal ini menunjukkan bahwa berapapun harga yang ditetapkan oleh produsen, tidak akan berpengaruh kepada keputusan pembelian konsumen. Karena dipengaruhi oleh kualitas produk dan desain produk.
2. Kualitas produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian produk scoots. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik kualitas yang diberikan, maka semakin tinggi juga keputusan pembelian produk scoots.
3. Desain produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian produk scoots. Hal ini menunjukkan bahwa semakin menarik desain yang diberikan, maka semakin tinggi keputusan pembelian produk scoots.
4. *Word of mouth* tidak berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian produk scoots. Hal ini menunjukkan bahwa informasi yang didapat oleh konsumen mengenai produk scoots dari orang lain tidak mempengaruhi konsumen, tetapi strategi marketing yang dijalankan oleh scoots sudah tepat sasaran ke konsumennya.

B. Saran

Berdasarkan hasil pembahasan dan kesimpulan yang diperoleh, maka diajukan beberapa saran, diantaranya sebagai berikut:

1. Bagi produsen scoots

- a. Dari variabel harga tidak berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Sehingga, konsumen berasumsi bahwa berapapun harga yang ditetapkan oleh produsen, tidak akan berpengaruh kepada keputusan pembelian konsumen. Dikarenakan konsumen merasa puas dengan kualitas produk berapapun harga yang telah ditetapkan. Selain itu, merek Scoot sudah melekat di benak konsumen. Untuk itu, ada baiknya bagi produsen untuk selalu mempertimbangkan kualitas produk sehingga konsumen tidak ragu untuk membeli.
- b. Kualitas produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Meningkatkan kualitas pada produk scoots serta manfaat yang diberikan agar konsumen semakin yakin dan merasa nyaman digunakan sehingga konsumen akan melakukan pembelian berkelanjutan.
- c. Desain produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian, untuk produsen scoots agar terus berinovasi mengenai desain yang sedang trend dan terus berkreasi agar mampu bersaing dengan produk sejenisnya.
- d. *Word of mouth* tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Dikarenakan strategi pemasaran yang dilakukan sudah berjalan maksimal. Sehingga, konsumen mudah mengenali produk tanpa ragu

untuk membelinya. Maka, produsen diharapkan meningkatkan strateginya dalam penjualan tanpa harus mengubah strategi lama.

2. Penelitian mendatang

Penelitian selanjutnya agar menambahkan variabel lain seperti promosi, motivasi dan sebagainya. Hal ini karena masih terdapat faktor lain maupun variabel lain yang jarang diteliti yang mempengaruhi keputusan pembelian.