

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan pada bab sebelumnya, maka dapat diperoleh kesimpulan sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil penelitian didapat informasi bahwa pelaksanaan atribut produk *motor* Honda Tiger Bandung dilakukan dengan cara melihat dimensi kualitas produk (manfaat ‘transportasi’, kehandalan, daya tahan, kesesuaian produk, estetika, dan kualitas produk), fitur produk, gaya dan desain, dan juga merek.
2. Berdasarkan hasil penelitian bahwa rata-rata item dari pada variabel atribut produk (kualitas produk, fitur produk, gaya dan desain, dan juga merek) berada pada kategori yang “cukup baik”. Artinya kinerja atribut produk *motor* Honda Tiger sudah mampu memuaskan para konsumen.
3. Berdasarkan hasil penelitian didapat hasil bahwa keputusan pembelian *motor* Honda Tiger sudah mampu memndorong pelanggannya untuk tetap setia terhadap pabrikan Honda yaitu *motor* Honda Tiger, hal ini didukung oleh total pembobotan variabel keputusan pembelian yang menunjukkan kategori ”baik”. Artinya keputusan pembelian *motor* Honda Tiger mampu meningkatkan produksi Honda Tiger kembali.
4. Hasil pengujian hipotesis membuktikan bahwa atribut produk berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian.

Berdasarkan pembahasan di Bab IV tentang tanggapan pelanggan akan pelaksanaan atribut produk *motor* Honda Tiger terdapat masalah, diantaranya:

1. Masih banyak pelanggan yang merasa produk motor Honda Tiger tidak memiliki desain streaping yang baik.

5.2 Saran

1. Guna mengatasi permasalahan “masih banyak pelanggan yang merasa produk motor Honda Tiger tidak memiliki desain streaping yang baik” Pembuatan desain streaping harus diubah dan disempurnakan, sehingga desain streaping yang memiliki desain yang cukup baik akan memikat para konsumen untuk membeli honda tiger.