

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka dapat diambil kesimpulan bahwa penelitian dengan judul Pengaruh Desain Produk, Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pengguna Sepeda Listrik di Kota Madiun) dilakukan karena adanya perkembangan teknologi transportasi yaitu sepeda listrik yang telah mengalami pertumbuhan yang pesat dalam popularitasnya. Penelitian ini dikembangkan dengan *Theory of Planned Behavior* yang Ajzen dan Fishbein pada tahun 2020. Objek penelitian ini adalah seluruh konsumen pengguna sepeda listrik di Kota Madiun. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian adalah metode kuantitatif. Data pada penelitian ini diperoleh dengan penyebaran kuesioner melalui *google form* sebanyak 384 responden yang sudah pernah membeli produk sepeda listrik minimal satu kali. Data pada penelitian ini dianalisis menggunakan metode *SEM-PLS* dengan bantuan *software SmartPLS* versi 3.0.

Temuan yang dihasilkan pada penelitian ini adalah bahwa desain produk dan kualitas produk mampu mempengaruhi minat beli secara positif dan signifikan. Namun, harga tidak mempengaruhi minat beli secara tidak signifikan. Desain produk dan kualitas produk berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Sedangkan, harga tidak berpengaruh tidak signifikan terhadap keputusan pembelian. Desain produk

dan kualitas produk berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan minat beli sebagai variabel intervening. Artinya desain produk dan kualitas produk yang baik mampu meningkatkan minat beli yang berakhir pada keputusan pembelian produk. Harga tidak berpengaruh tidak signifikan terhadap keputusan pembelian dengan minat beli sebagai variabel intervening. Artinya konsumen tidak mempertimbangkan harga sebagai salah satu faktor yang signifikan dalam meningkatkan minat beli dan membuat keputusan pembelian terhadap suatu produk.

B. Implikasi dan Keterbatasan

Penelitian ini memiliki implikasi terhadap bertambahnya khasanah ilmu pengetahuan terutama yang memiliki kaitan dalam bidang manajemen pemasaran. Peneliti berharap pada penelitian selanjutnya untuk menggunakan variabel yang lebih banyak sehingga hasil yang diberikan dapat memuat pengetahuan yang lebih luas lagi dan cakupan yang lebih besar. Selain itu peneliti menyadari adanya beberapa keterbatasan dari penelitian ini antara lain:

1. Pada penelitian ini penulis hanya menggunakan responden atau pengguna sepeda listrik di Kota Madiun, sehingga kurang mencakup keseluruhan dan referensi bagi penelitian selanjutnya.
2. Variabel penelitian ini hanya menggunakan tiga variabel *independent*.

C. Saran

Sesuai dengan kesimpulan serta keterbatasan penelitian sehingga peneliti memberikan saran sebagai berikut:

1. Saran Praktis

Penelitian selanjutnya diharapkan dapat mengevaluasi variabel selain dari desain produk, harga, kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada pengguna produk sepeda listrik di Kota Madiun melalui minat beli sebagai variabel intervening, diharapkan untuk diketahui pengaruhnya dan hendaknya menjadi tolak ukur bagi peneliti lain untuk memperbaiki dan menyempurnakan hasil penelitian.

2. Saran Teoritis

Penelitian selanjutnya direkomendasikan bisa menambah wilayah penelitian dengan tempat penelitian yang beragam, sampel yang beragam sehingga tidak sama dengan penelitian selanjutnya, sehingga mampu membuat keterbaharuan penelitian.

3. Saran Akademis

Hasil penelitian ini dapat diterapkan sebagai referensi penelitian berikutnya. Sebagai sumber pustaka serta sumber referensi bagi penelitian yang serupa.