

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

1. Berdasarkan data yang diperoleh, karakteristik responden atau konsumen terhadap keputusan membeli Hand phone merk Samsung adalah Karakteristik berdasarkan jenis kelamin, laki-laki ada sebanyak 32 responden atau 32% dan perempuan ada sebanyak 68 orang (68%) dan Karakteristik berdasarkan besarnya uang saku tiap bulan, sebagian besar responden memiliki uang saku antara Rp 500.000,00 sampai dengan Rp 1.000.000,00, yaitu ada sebanyak 51 orang responden (51%), dibawah Rp 500.000,00 ada sebanyak 26 orang (26%), dan diatas Rp 1.000.000,00 ada sebanyak 23 orang (23%).
2. Berdasarkan uji Analisis Sikap menunjukkan sikap konsumen secara keseluruhan adalah sikap yang baik, ini terbukti dengan nilai hasil analisis sikap sebesar 55,76 yang terletak pada rentang sikap yang baik.
3. Tidak ada perbedaan sikap mahasiswa FE UII terhadap produk handphone merk Samsung ditinjau dari variabel produk, harga, promosi dan distribusi. Hal ini ditunjukkan dari nilai χ^2 hitung semua variabel lebih besar dari χ^2 table, dengan taraf signifikansi 5 %.

4. Diantara berbagai variabel tersebut, Variabel produk dengan karakteristik jenis kelamin merupakan variabel yang paling berpengaruh terhadap perbedaan sikap konsumen dalam membeli Handphone merk Samsung. Hal ini ditunjukkan dari hasil perhitungan uji Kruskal Wallis χ^2 hitung = 21,277 > χ^2 -tabel (5%; df=1) = 3,841.

5.2 Saran

Dari analisis dan kesimpulan yang diperoleh ada beberapa hal yang perlu diperhatikan :

1. Variabel produk, harga, promosi dan distribusi perlu memperoleh perhatian secara keseluruhan, dalam upaya mempengaruhi keputusan yang berkaitan dengan sikap konsumen terhadap pembelian produk Handphone merk Samsung.
2. Untuk pengembangan prioritas perlu ditujukan kepada variable produk karena produk merupakan variabel yang memiliki pengaruh yang paling dominan, maka perlu dipertahankan, misalnya dengan cara tetap menjaga kualitas produk, kegunaan produk dan melakukan diversifikasi produk yang bertujuan untuk meningkatkan daya saing produk tersebut.
3. Perlu dilakukan lagi penelitian lebih lanjut mengenai sikap konsumen dengan mengikutsertakan variabel-variabel yang lainnya seperti pelayanan konsumen dan lainnya.