

BAB V

SIMPULAN

5.1. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai pengaruh kualitas produk dan desain produk terhadap keputusan pembelian ban IRC melalui minat beli sebagai variabel intervening pada masyarakat kabupaten Kebumen dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Dalam penelitian ini variabel kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen ban IRC pada masyarakat Kabupaten Kebumen. Artinya semakin baik kualitas produk yang ditawarkan ban IRC maka akan semakin meningkat pula minat beli konsumen ban IRC pada masyarakat Kabupaten Kebumen.
2. Dalam penelitian ini variabel desain produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen ban IRC pada masyarakat Kabupaten Kebumen. Artinya semakin baik desain produk yang ditawarkan ban IRC maka akan semakin meningkat pula minat beli konsumen ban IRC pada masyarakat Kabupaten Kebumen.
3. Dalam penelitian ini variabel kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembeli ban IRC pada masyarakat Kabupaten Kebumen. Artinya semakin baik kualitas produk yang ditawarkan ban IRC maka akan semakin meningkat pula keputusan pembelian ban IRC pada masyarakat Kabupaten Kebumen.
4. Dalam penelitian ini variabel desain produk tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembeli ban IRC pada masyarakat Kabupaten Kebumen. Hal ini menunjukkan bahwa adanya desain produk IRC maka tidak serta akan

meningkatkan keputusan pembelian ban IRC pada masyarakat Kabupaten Kebumen.

5. Dalam penelitian ini variabel minat beli berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembeli ban IRC pada masyarakat Kabupaten Kebumen. Artinya apabila konsumen memiliki minat beli yang tinggi produk yang ditawarkan ban IRC maka akan semakin meningkat pula keputusan pembelian ban IRC pada masyarakat Kabupaten Kebumen.
6. Dalam penelitian ini variabel minat beli mampu secara signifikan untuk menjadi pemediasi antara variabel kualitas produk terhadap keputusan pembelian ban IRC pada masyarakat Kabupaten Kebumen.
7. Dalam penelitian ini variabel minat beli mampu secara signifikan untuk menjadi pemediasi antara variabel desain produk terhadap keputusan pembelian ban IRC pada masyarakat Kabupaten Kebumen.

5.1. Keterbatasan

Meskipun penelitian ini dilakukan semaksimal mungkin untuk mendapatkan hasil yang optimal, penulis menyadari bahwa penelitian ini masih jauh dari sempurna dalam hal pengaruh yang signifikan dari kualitas produk dan desain pproduk terhadap keputusan pembelian melalui minat beli sebagai variabel intervening untuk membeli ban IRC pada masyarakat Kabupaten Kebumen. Ini karena masih ada kekurangan yang disebabkan oleh berbagai alasan, termasuk:

1. Penulis mengalami keterbatasan dalam proses pengumpulan data menggunakan kuesioner yaitu tidak bisa bertemu langsung dengan responden dalam satu waktu, sehingga memakan waktu yang beberapa hari, serta keterbatasan penelitian dalam mendampingi responden secara langsung untuk memberikan pemahaman dan pengarahan mengenai maksud dari isi pernyataan kuesioner.

2. Subjek dalam penelitian ini terbatas pada konsumen ban IRC di Kabupaten Kebumen yang sudah membeli ban IRC satu kali dengan jumlah sampel 100 responden. Penyebaran kuisioner dilakukan secara online, sehingga peneliti tidak dapat mengawasi responden secara langsung dalam pengisian. Apabila responden mengalami kesulitan dalam memahami maksud dari pernyataan dalam kuisioner, maka menyebabkan responden dalam mengisi seadanya dan jawaban menjadi bias.
3. Penelitian ini terbatas pada variabel kualitas produk, desain produk, minat beli dan keputusan pembelian. Untuk penelitian selanjutnya bisa mencari atau menambah variabel bebas lain seperti citra merek, harga, *word of mouth*, ketersediaan produk, ataupun yang lainnya yang dapat menyempurnakan penelitian mengenai keputusan pembelian.

5.2. Implikasi

Berdasarkan hasil penelitian ini, dapat dikemukakan implikasi secara praktis dan teoritis, yaitu sebagai berikut:

5.3.1 Implikasi Praktis

Berdasarkan atas temuan penelitian yang dibahas pada bab sebelumnya, maka penulis ada beberapa saran yang dapat diberikan sebagai masukan bagi organisasi yaitu sebagai berikut:

1. Kualitas produk berpengaruh positif signifikan terhadap minat beli dan kualitas produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian konsumen ban IRC pada masyarakat Kabupaten Kebumen. Dari hasil penelitian ini dapat diketahui bahwa kualitas produk yang ada pada ban IRC, seperti daya cengkram dan traksi yang baik di jalan dan dapat diandalkan di berbagai kondisi jalan. Oleh karena itu peneliti menyarankan kepada pihak produsen ban

IRC yaitu PT. Gajah Tunggal Tbk. untuk meningkatkan dan mempertahankan kualitas pada ban IRC seperti mengutamakan material yang berkualitas baik dan memenuhi standar kualitas ban agar konsumen semakin banyak dan loyal karena adanya kualitas produk ban IRC yang semakin baik yang didapatkan oleh konsumen. Dengan adanya kualitas produk yang baik dari ban IRC maka akan semakin tinggi pula minat beli dan keputusan pembelian pada konsumen.

2. Desain produk berpengaruh positif signifikan terhadap minat beli akan tetapi tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada konsumen ban IRC pada masyarakat Kabupaten Kebumen. Dari hasil penelitian desain produk dapat meningkatkan minat beli pada produk ban IRC di Kabupaten Kebumen karena desain tapak dan spesifikasi menciptakan kesan yang baik pada konsumen, namun desain produk tidak dapat meningkatkan keputusan pembelian secara langsung dikarenakan faktor-faktor lain seperti karakteristik responden yang tidak mementingkan desain dari sebuah produk, ataupun faktor yaitu harga, kebutuhan dan yang lainnya yang mempengaruhi keputusan pembelian. Oleh karena itu peneliti menyarankan kepada pihak produsen ban IRC yaitu PT. Gajah Tunggal Tbk. untuk selalu memberikan desain yang kekinian mengikuti zaman dan elegan pada ban IRC agar banyak konsumen yang tertarik dan semakin banyak dan karena adanya desain produk ban IRC yang semakin baik yang didapatkan konsumen.
3. Minat beli berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian ban IRC pada masyarakat Kabupaten Kebumen. Hal ini berarti minat beli yang dimiliki konsumen terhadap suatu produk ban IRC

dapat meningkatkan keputusan pembelian di Kabupaten Kebumen. Minat beli merupakan pengamatan dari konsumen membeli ban IRC, pengamatan ini meliputi dari pengamatan bentuk tapak ban, spesifikasi ukuran, kualitas material bahan, kemampuan kecepatan maupun bobot topang dari ban IRC yang tertera pada ban IRC dan tanggal produksi dari ban tersebut. Minat beli dapat membentuk dorongan kepada konsumen untuk melakukan keputusan pembelian pada ban IRC. Jadi semakin tinggi minat beli suatu produk maka akan semakin meningkat keputusan pembelian ban IRC di Kabupaten Kebumen. Perusahaan dalam pemasaran produk harus memastikan dan meyakinkan konsumen bahwa produk ban IRC mempunyai kualitas yang baik dan desain tapak yang kekinian supaya konsumen lebih tertarik kepada ban IRC dan tetap melakukan keputusan pembelian. Dengan adanya minat beli pada konsumen karena berbagai faktor dari produk maka dapat meningkatkan keputusan pembelian.

4. Kualitas produk melalui minat beli berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian ban IRC pada masyarakat di Kabupaten Kebumen. Artinya bahwa pengaruh minat beli dapat memediasi antara variabel kualitas produk dan variabel keputusan pembelian, kualitas produk dapat membantu meningkatkan minat beli, yang kemudian dapat meningkatkan keputusan pembelian pada ban IRC di Kabupaten Kebumen. Hal ini menunjukkan adanya pengaruh tidak langsung kualitas produk dan keputusan pembelian yang dimediasi oleh minat beli. Sehingga diharapkan perusahaan dapat menjaga dan meningkatkan kualitas produk dari ban IRC sehingga dapat meningkatkan keputusan pembelian pada konsumen.

5. Desain produk melalui minat beli berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian ban IRC pada masyarakat di Kabupaten Kebumen. Artinya bahwa pengaruh minat beli dapat memediasi antara variabel desain produk dan variabel keputusan pembelian, desain produk dapat membantu meningkatkan minat beli, yang kemudian dapat meningkatkan keputusan pembelian pada ban IRC di Kabupaten Kebumen. Hal ini menunjukkan adanya pengaruh tidak langsung desain produk dan keputusan pembelian yang dimediasi oleh minat beli. Sehingga diharapkan perusahaan dapat menghadirkan desain yang kekinian dan mengikuti perkembangan pasar agar tetap menjaga pemasaran produk dari ban IRC tetap optimal sehingga dapat meningkatkan keputusan pembelian pada konsumen.

5.3.2 Implikasi Teoritis

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan, implikasi teoritis yang dapat diberikan adalah sebagai berikut:

1. Hasil penelitian ini menunjukkan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap minat beli. Hal ini berarti penelitian menemukan bahwa kualitas produk akan meningkatkan minat beli. Kualitas produk yang ada pada ban IRC seperti performa atau hasil yang optimal saat digunakan pada berbagai kondisi jalan dan cuaca, daya cengram dan dan traksi yang baik pada saat kendaraan melaju di jalan, dan kemampuan ban IRC untuk memenuhi standar dan spesifikasi yang diharapkan oleh pengendara atau sesuai dengan kebutuhan kendaraan. Hasil penelitian ini sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh pendapat Kotler, (2009) yang menyatakan

bahwa perusahaan dituntut untuk selalu meningkatkan kualitas, kreatif, dan dinamis sehingga akan mempengaruhi minat beli konsumen. Kualitas produk merupakan aspek yang penting pada produk yang dapat mempengaruhi minat dan kesan positif dari konsumen. Penelitian ini juga sesuai dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Bahtiar Efendi dan Akhmad Taufik (2022) yang menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh langsung dan signifikan terhadap minat beli, kualitas produk merupakan aspek yang berpengaruh bagi konsumen sebagai kesan yang baik pada suatu produk, karena semakin baik kualitas produk maka akan semakin tinggi minat pada konsumen.

2. Hasil penelitian ini menunjukkan desain produk berpengaruh signifikan terhadap minat beli. Hal ini berarti penelitian menemukan bahwa desain produk akan meningkatkan minat beli. Desain produk yang ada pada ban IRC seperti ban yang beragam sesuai dengan jenis dan spesifikasinya, ban IRC mempunyai bentuk tapak yang elegan dan sesuai dan diharapkan oleh pengendara atau sesuai dengan kebutuhan kendaraan. Hasil penelitian ini sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Bahtiar Efendi dan Akhmad Taufik (2022) yang menyatakan desain produk merupakan aspek yang penting pada produk yang dapat mempengaruhi minat dan kesan positif dari konsumen. Penelitian ini juga sesuai dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Reyhan Alif, Deky Zakiyudin dan Mohammad Zein Saleh (2024) yang menyatakan bahwa desain produk berpengaruh langsung dan signifikan terhadap minat beli, desain produk merupakan aspek yang berpengaruh bagi konsumen sebagai kesan yang baik pada suatu

produk, karena semakin baik desain produk maka akan semakin tinggi minat pada konsumen.

3. Hasil penelitian ini menunjukkan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini berarti penelitian menemukan bahwa kualitas produk akan meningkatkan keputusan pembelian. Kualitas produk yang ada pada ban IRC seperti performa atau hasil yang optimal saat digunakan pada berbagai kondisi jalan dan cuaca, daya cengram dan dan traksi yang baik pada saat kendaraan melaju di jalan, dan kemampuan ban IRC untuk memenuhi standar dan spesifikasi yang diharapkan oleh pengendara atau sesuai dengan kebutuhan kendaraan. Hasil penelitian ini sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Ria Anjani dan Euis Soliha (2024) yang menyatakan kualitas produk merupakan faktor yang penting pada produk yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian. Penelitian ini juga sesuai dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh James dan Realize (2024) yang menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh langsung dan signifikan terhadap keputusan pembelian, kualitas produk merupakan aspek yang berpengaruh bagi konsumen untuk melakukan pembelian pada produk, karena semakin baik kualitas produk maka akan semakin tinggi keputusan pembelian.
4. Hasil penelitian ini menunjukkan desain produk tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini berarti penelitian menemukan bahwa desain produk tidak serta dapat meningkatkan keputusan pembelian. Adanya faktor-faktor lain yang mungkin lebih dominan dalam mempengaruhi keputusan pembelian dapat

menjadi penyebabnya. Hal ini diperkuat hasil penelitian sebelumnya dari Riffad Febriansyah, Sunan Trioko Dan Winarto Winarto (2023) yang menyatakan desain produk tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Oleh sebab itu, penelitian ini dapat dijadikan referensi dalam ilmu manajemen, dengan adanya penemuan dalam penelitian ini dimana desain produk tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Penelitian lebih lanjut dapat dilakukan untuk mengidentifikasi variabel-variabel lain.

5. Hasil penelitian ini menunjukkan minat beli berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini berarti penelitian menemukan bahwa minat beli semakin tinggi maka semakin tinggi pula keputusan pembelian. Minat beli memiliki peran yang penting untuk mendorong keputusan pembelian, hal ini dikarenakan minat beli merupakan peran utama dalam keputusan pembelian. Hal ini diperkuat hasil penelitian yang dilakukan oleh Dhimas Putra Nugroho dan Abu Bakar (2023) yang menyatakan bahwa minat beli berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Oleh karena itu, hasil penelitian ini dapat dijadikan referensi dalam ilmu manajemen pemasaran, bagaimana pengaruh minat terhadap keputusan pembelian.
6. Hasil penelitian ini menunjukkan minat beli terbukti mampu memediasi hubungan antara kualitas produk terhadap keputusan pembelian. Hal ini berarti penelitian menemukan bahwa pengaruh kualitas produk dapat membantu meningkatkan minat beli, yang kemudian dapat meningkatkan keputusan pembelian pada produk. Hasil penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan

oleh Muh. Saifin Nuha, Amir, Eka Suhartini (2022) yang menyatakan bahwa variabel bahwa variabel minat beli mampu berperan sebagai variabel intervening terhadap pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian. Oleh karena itu, hasil penelitian ini dapat menjadi referensi dalam ilmu manajemen pemasaran, dimana minat beli mampu memediasi hubungan antara kualitas produk terhadap keputusan pembelian.

7. Hasil penelitian ini menunjukan minat beli terbukti mampu memediasi hubungan antara desain produk terhadap keputusan pembelian. Hal ini berarti penelitian menemukan bahwa pengaruh desain produk dapat membantu meningkatkan minat beli, yang kemudian dapat meningkatkan keputusan pembelian pada produk. Hasil penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Bakti Wijiantoro, Dimas Hamzah, Giosandro, Achmad Alison Gymnastiar, dan Jodhy Iqbal Kusuma Putra (2024) yang menyatakan bahwa variabel bahwa variabel minat beli mampu berperan sebagai variabel intervening terhadap pengaruh desain produk terhadap keputusan pembelian. Oleh karena itu, hasil penelitian ini dapat menjadi referensi dalam ilmu manajemen pemasaran, dimana minat beli mampu memediasi hubungan antara desain produk terhadap keputusan pembelian.