BAB V

SIMPULAN

5.1. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian pembahasan analisis data melalui pembuktian terhadap hipotesis dari permasalahan yang diangkat mengenai Pengaruh *Product Design, Brand Image, dan Product Quality* terhadap keputusan pembelian helm merek KYT di Kabupaten Kebumen diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil penelitian menunjukan bahwa variabel *product design* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian helm merek KYT di Kabupaten Kebumen yang artinya variabel *product design* bukan menjadi faktor utama dalam konsumen memutuskan pembelian helm merek KYT.
2. Hasil penelitian menunjukan bahwa *brand image* berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian helm merek KYT di Kabupaten Kebumen. Hal ini menunjukan bahwa *brand image* suatu produk dapat menjadi faktor pendorong konsumen untuk melakukan keputusan pembelian. Dengan demikian semakin baik *brand image* KYT dimata konsumen maka keputusan pembelian akan semakin bertambah.
3. Hasil penelitian menunjukan bahwa *product quality* berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian helm merek KYT di Kabupaten Kebumen. Hal ini menunjukan bahwa product quality dapat

mempengaruhi keputusan pembelian . Semakin baik *product quality* yang diberikan suatu produk maka akan meningkatkan keputusan pembelian.

4. Berdasarkan hasil penelitian diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 17.123 > F_{tabel} 2,70 dan nilai signifikansi 0,000 < 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa *Product Design, Brand Image, dan Product Quality* secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian helm merek KYT di Kabupaten Kebumen.

5.2. Keterbatasan

Pada penelitian ini masih terdapat banyak kekurangan dan keterbatasan. Adanya keterbatasan dalam penelitian yang dilakukan diharapkan dapat memberikan evaluasi dan perbaikan untuk penelitian yang akan datang.

Keterbatasan dalam penelitian ini antara lain yaitu:

1. Penelitian ini hanya terbatas pada variabel *product design*, *brand image*, *product quality*, dan keputusan pembelian. Untuk peneliti selanjutnya dapat mencari atau menambahkan variabel bebas (X) selain dala penelitian ini, seperti *lifestyle, brand awarnes* ataupun bisa faktor lainnya yang dapat menyempurnakan penelitian mengenai keputusan pembelian.
2. Penelitian ini hanya menggunakan 100 responden sebagai sample sehingga untuk hasil analisis masih kurang atau bisa dikatakan lemah. Peneliti selanjutnya disarankan untuk meneliti variabel lain pada penelitian yang serupa.

5.3. Implikasi

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, dapat ditemukan implikasi secara parktis dan teoritis sebagai berikut:

5.3.1. Implikasi Praktis

1. Hasil penelitian menunjukan bahwa *product design* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian helm merek KYT di Kabupaten Kebumen. Hal ini menunjukan bahwa *product design* bukan menjadi tolak ukur utama konsumen memutuskan pembelian helm merek KYT . Dalam hal ini perusahaan PT. Tara Kusuma Indah harus mampu meningkatkan desain dari helm KYT menjadi lebih modern dari sebelumnya dan mampu bersaing dengan helm lain yang terkesan lebih modern baik half face maupun full face sehingga mampu meningkatkan konsumen untuk melakukan keputusa pembelian.
2. Hasil penelitian menunjukan bahwa *brand image* berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian helm merek KYT di Kabupaten Kebumen. Dengan adanya citra KYT sebagai helm dengan brand lokal dan kerap dipakai dalam ajang motoGP mampu menarik perhatian konsumen dan dapat mempengaruhi keputusan pembelian helm merek KYT. Diaharapkan kepada perusahaan PT. Tara Kusua Indah memberikan kesadaran kepada konsumen tentang citra merek produk yang di miliki oleh KYT, sehingga terjadi

pemahaman pada konsumen bahwa produk tersebut mempunyai nilai yang baik dari segi merek dan kualitas.

3. Hasil penelitian menunjukan bahwa *product quality* berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian helm merek KYT di Kabupaten Kebumen. Hal ini menunjukan bahwa product quality dapat mempengaruhi keputusan pembelian . Semakin baik *product quality* yang diberikan suatu produk maka akan meningkatkan keputusan pembelian. Maka dari itu diharapkan perusahaan PT Tara Kusuva Indah harus tetap menjaga dan meningkatkan kualitas produknya terkhusus pada ketahanan helm tanpa ada perbedaan pada setiap jenis produk helm KYT. Hal ini menjadi prioritas konsumen bahwa helm sebagai pelindung kepala saat berkendara harus memiliki kualitas produk yang baik. Semakin baik kualitas produk yang diberikan maka akan semakin tertanam nilai positif tentang produk tersebut dibenak konsumen sehingga keputusan pembelian pada Helm KYT juga akan meningkat.

5.3.2. Implikasi Teoritis

Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan pada bab-bab terdahuluaka hasil penelitian ini dapat memberikan kontribusi implikasi teoritis sebagai berikut:

1. *Product design* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Rehansyah, F., & Simatupang, L. N. (2023) yang

menyatakan bahwa *product design* tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

2. *Brand Image* berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian.. Hasil ini sejalan dengan penelitian Jasmalinda,J (2021) yang menyatakan bahwa *brand image* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.
3. *Product Quaility* berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil ini sejalan dengan penelitian Lasubu, Z. A. (2023). yang menyatakan bahwa *product quality* berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian