BAB V
SIMPULAN DAN SARAN

5.1. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh desain produk terhadap keputusan pembelian pada Dilla Putri Mebeul, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1) Desain produk pada Dilla Putri Mebeul berada pada kategori sangat sesuai. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen memberikan penilaian yang positif terhadap bentuk, fitur, mutu, daya tahan, keandalan, kemudahan diperbaiki, dan gaya produk yang ditawarkan oleh Dilla Putri Mebeul.
2) Keputusan pembelian pada Dilla Putri Mebeul berada pada kategori sangat tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen memiliki tingkat keyakinan yang tinggi dalam memilih dan membeli produk yang ditawarkan oleh Dilla Putri Mebeul.
3) Desain produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Dilla Putri Mebeul. Hal ini dibuktikan dengan nilai koefisien korelasi yang menunjukkan hubungan kuat, adanya pengaruh desain produk terhadap keputusan pembelian berdasarkan koefisien determinasi, serta hasil uji hipotesis yang menunjukkan bahwa nilai t hitung lebih besar daripada t tabel. Dengan demikian hipotesis penelitian yang menyatakan bahwa desain produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian dapat diterima. Artinya jika desain produk meningkat maka

keputusan pembelian akan meningkat. Sebaliknya, jika desain produk menurun, maka keputusan pembelian akan menurun.

5.2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang menunjukkan bahwa desain produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, Dilla Putri Mebeul disarankan untuk:

1. Bagi Dilla Putri Mebeul, aspek gaya (style) yang memperoleh penilaian tertinggi perlu dipertahankan melalui pengembangan model yang tetap menarik dan relevan dengan selera konsumen. Pada saat yang sama, aspek bentuk (shapes) yang memperoleh rata-rata terendah pada variabel desain produk perlu menjadi prioritas evaluasi. Perusahaan dapat menambah variasi bentuk, ukuran, model, dan pilihan desain berdasarkan kebutuhan konsumen tanpa mengurangi fungsi dan kualitas produk.
2. Dilla Putri Mebeul perlu memberikan perhatian lebih pada fitur dan kemudahan diperbaiki karena kedua aspek tersebut pada pra-survey menunjukkan pencapaian yang relatif rendah. Perusahaan dapat mengevaluasi fungsi tambahan yang benar-benar dibutuhkan konsumen, memberikan informasi penggunaan dan perawatan yang lebih jelas, serta merancang produk agar bagian tertentu lebih mudah dirawat atau diperbaiki.
3. Pada variabel keputusan pembelian, kemudahan metode pembayaran yang memperoleh penilaian tertinggi perlu dipertahankan. Perusahaan dapat menyediakan alternatif pembayaran yang praktis, aman, dan mudah dipahami konsumen. Sementara itu, aspek waktu pembelian yang memperoleh rata-rata terendah dapat ditingkatkan melalui pemberian informasi produk secara berkala, program promosi pada periode tertentu, atau penawaran paket yang relevan dengan kebutuhan konsumen.

4. Karena desain produk menjelaskan 60,22% variasi keputusan pembelian, perusahaan perlu mempertahankan desain sebagai salah satu prioritas pemasaran, tetapi tidak mengabaikan faktor lain yang menyumbang 39,78% variasi keputusan pembelian. Perusahaan dapat melakukan evaluasi secara berkala terhadap harga, kualitas produk, kualitas pelayanan, promosi, citra merek, lokasi, dan kemudahan transaksi untuk memperoleh gambaran yang lebih menyeluruh mengenai keputusan konsumen.
5. Bagi peneliti selanjutnya, penelitian dapat dikembangkan dengan menambahkan variabel independen yang secara teoritis dan empiris berpotensi memengaruhi keputusan pembelian, seperti harga, kualitas produk, kualitas pelayanan, promosi, citra merek, lokasi, atau kepercayaan konsumen. Penelitian selanjutnya juga dapat menguji beberapa variabel secara simultan sehingga dapat diketahui kontribusi relatif masing-masing faktor terhadap keputusan pembelian.
6. Peneliti selanjutnya juga dapat memperluas objek penelitian dengan membandingkan beberapa usaha mebel atau membandingkan konsumen berdasarkan karakteristik tertentu. Perluasan objek dan responden dapat memberikan gambaran apakah pengaruh desain produk yang ditemukan pada Dilla Putri Mebeul juga berlaku pada usaha mebel lainnya atau justru dipengaruhi oleh karakteristik pasar tertentu.