

BAB 5

SIMPULAN DAN SARAN

5.1. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh dari penyebaran kuesioner maka dapat disimpulkan bahwa seseorang dalam membeli koper Travel Time atas dasar keinginan sendiri, sehingga tanpa dipengaruhi oleh orang lain konsumen sudah menjatuhkan pilihan pada koper Travel Time berdasarkan atribut-atributnya yang meliputi: harga, bentuk, kualitas, ukuran dan warnanya. Selain itu yang menjadi kebutuhan konsumen dalam membeli koper adalah untuk keperluan rekreasi dimana tingkat perhatian konsumen terhadap atribut koper sebelum membeli dari pertama sampai akhir diperhatikan adalah ukuran, kualitas, harga, aksesoris, bentuk dan warna. Untuk masing-masing atribut koper Travel Time yang diinginkan adalah harga yang biasa-biasa saja, bentuk yang cukup bagus, kualitas yang tinggi, jenis ukuran sedang, warna yang netral dan aksesoris yang biasa-biasa saja.

Berdasarkan hasil penelitian yang di uji dengan Chi Square, dapat disimpulkan bahwa:

1. Tidak ada kesesuaian antara hasil penelitian dengan hipotesis yang diajukan yaitu tidak terdapat perbedaan proporsi berdasarkan jenis kelamin mengenai alasan seseorang dalam memutuskan membeli koper Travel Time dari segi bentuk, kualitas dan ukuran.
2. Tidak ada kesesuaian antara hasil penelitian dengan hipotesis yang diajukan yaitu tidak terdapat perbedaan proporsi berdasarkan usia mengenai alasan

seseorang dalam memutuskan membeli koper Travel Time dari segi kualitas, ukuran, warna dan aksesoris.

3. Tidak ada kesesuaian antara hasil penelitian dengan hipotesis yang diajukan yaitu tidak terdapat perbedaan proporsi berdasarkan pekerjaan mengenai alasan seseorang dalam memutuskan membeli koper Travel Time dari segi kualitas dan ukuran.
4. Tidak ada kesesuaian antara hasil penelitian dengan hipotesis yang diajukan yaitu tidak terdapat perbedaan proporsi berdasarkan pendapatan mengenai alasan seseorang dalam memutuskan membeli koper Travel Time dari segi bentuk, kualitas, ukuran, warna dan aksesoris.
5. Ada kesesuaian antara hasil penelitian dengan hipotesis yang diajukan yaitu terdapat perbedaan proporsi berdasarkan jenis kelamin mengenai alasan seseorang dalam memutuskan membeli koper Travel Time dari segi harga, warna, dan aksesoris.
6. Ada kesesuaian antara hasil penelitian dengan hipotesis yang diajukan yaitu terdapat perbedaan proporsi berdasarkan usia mengenai alasan seseorang dalam memutuskan membeli koper Travel Time dari segi harga dan bentuk
7. Ada kesesuaian antara hasil penelitian dengan hipotesis yang diajukan yaitu terdapat perbedaan proporsi berdasarkan pekerjaan mengenai alasan seseorang dalam memutuskan membeli koper Travel Time dari segi harga, bentuk, warna dan aksesoris.

8. Ada kesesuaian antara hasil penelitian dengan hipotesis yang diajukan yaitu terdapat perbedaan proporsi berdasarkan pendapatan mengenai alasan seseorang dalam memutuskan membeli koper Travel Time dari segi harga.

5.2. Saran

1. Berdasarkan jenis kelamin, saran yang diajukan adalah tetap mempertahankan/meningkatkan atribut-atribut seperti: bentuk yang bagus, kualitas yang tinggi, dan ukuran yang lengkap.
2. Berdasarkan usia, saran yang diajukan adalah tetap mempertahankan/meningkatkan kualitas yang tinggi, ukuran yang lengkap, warna beraneka-ragam yang menarik, dan untuk atribut aksesori perusahaan hendaknya mendesain aksesori yang lebih bagus sehingga menunjukkan karakteristik koper Travel Time.
3. Berdasarkan pekerjaan, saran yang diajukan adalah tetap mempertahankan/meningkatkan kualitas yang tinggi dan ukuran yang lengkap.
4. Berdasarkan pendapatan, saran yang diajukan adalah tetap mempertahankan/meningkatkan bentuk yang bagus, kualitas yang tinggi, ukuran yang lengkap, warna beraneka-ragam yang menarik dan untuk atribut aksesori perusahaan hendaknya mendesain aksesori yang lebih menarik.
5. Berdasarkan jenis kelamin, harus memperhatikan atribut harga, warna dan aksesori dalam menawarkan koper.
6. Berdasarkan usia, harus memperhatikan atribut harga dan bentuk dalam menawarkan koper.

7. Berdasarkan pekerjaan, harus memperhatikan atribut harga, bentuk, warna dan aksesoris dalam menawarkan koper.
8. Berdasarkan pendapatan, harus memperhatikan atribut harga dalam menawarkan koper.



DAFTAR KEPUSTAKAAN

- Assael, Henry., 1985. *Marketing Management, Strategy and Action*, Massachusetts: Kent Publishing Company.
- Djarwanto, dan P. Subagyo., 1996. *Statistik Induktif*, Edisi Keempat, Yogyakarta: BPFE.
- Hermeindito, dan Siprianus., 1998. *Aplikasi SPSS for Windows untuk Riset Ilmu Sosial*, Surabaya: Lembaga Penelitian Unika Widya Mandala.
- Kotler, Philip, 1985. *Dasar-Dasar Pemasaran*, Edisi pertama, Jakarta: C.V Intermedia.
- Kotler, Philip, 1996. *Marketing*, Jilid I, Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Kotler, Philip and G. Amstrong, 1991. *Principles Of Marketing*, Fifth Edition, New York: Prentice Hall, Inc.
- Swastha, Basu D.H., 1979, *Azas-Azas Marketing*, Edisi Kedua, Yogyakarta: Penerbit Liberty.
- Swastha, Basu D.H., dan T. Handoko., 1982. *Analisa Perilaku Konsumen*, Cetakan Pertama, Yogyakarta: Liberty.
- Swastha, Basu D.H., dan Irawan., 1997. *Manajemen Pemasaran Modern*, Edisi Kedua, Yogyakarta: penerbit Liberty.
- Umar, Husein, 1999. *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*, Cetakan Kedua, Jakarta: P.T. Raja Grafindo Persada.