

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan dan analisis yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya, maka kesimpulan dari penelitian ini adalah:

Dari 100 konsumen pengguna motor *matic* Honda scoopy terbagi ke dalam dua kelompok, yaitu kelompok konsumen yang percaya dan kelompok konsumen yang tidak percaya. Hal ini yang menyebabkan konsumen percaya diantaranya Desain Produk dan Inovasi Produk. Jadi secara keseluruhan pada penelitian ini kelompok konsumen percaya dan kelompok konsumen tidak percaya bisa dibedakan oleh variabel Desain Produk dan variabel Inovasi Produk, Tetapi variabel Desain Produk tidak bisa memprediksi kelompok konsumen percaya dengan konsumen tidak percaya. Dan variabel Inovasi Produk dinyatakan dapat memprediksi konsumen percaya dan konsumen tidak percaya dikarenakan variabel Inovasi Produk dapat dimasukkan kedalam persamaan Diskriminan.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan dan kesimpulan yang diperoleh, maka saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut:

Dimana konsumen yang percaya dan tidak percaya dipengaruhi oleh Desain Produk dan Inovasi Produk. Namun variabel yang paling dominan membedakan dua kelompok konsumen di pengguna motor *matic* Honda

Scoopy yaitu variabel Inovasi Produk. Sebaiknya perusahaan Honda Motor Indonesia dapat memperhatikan Inovasi Produk yang lebih baik lagi. Dengan adanya peningkatan tersebut diharapkan dapat meminimalisir konsumen yang tidak percaya dengan perusahaan Honda Motor Indonesia.

