

BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai Pengaruh Karakteristik Produk Honda Brio Terhadap Minat Beli Konsumen Generasi Z di Kabupaten Mojokerto, maka dapat disimpulkan beberapa hal utama sebagai berikut:

- Desain produk Honda Brio terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli Gen Z. Desain yang menarik, modern, dan sesuai dengan gaya hidup anak muda menjadi daya tarik utama dalam keputusan pembelian.
- Kualitas produk juga memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli. Gen Z menilai Honda Brio sebagai produk yang memiliki kenyamanan, keamanan, dan performa baik sehingga meningkatkan keyakinan mereka untuk membeli.
- Fitur produk dinilai memiliki pengaruh positif namun tidak signifikan secara parsial terhadap minat beli. Artinya, peningkatan fitur belum cukup kuat secara sendiri-sendiri untuk menggerakkan minat beli konsumen Gen Z tanpa didukung faktor lain.
- Harga Honda Brio dinilai memiliki pengaruh positif namun tidak signifikan secara parsial terhadap minat beli. Konsumen Gen Z mempertimbangkan harga, tetapi faktor desain dan kualitas lebih menentukan keputusan pembelian.

- Secara simultan, keempat variabel karakteristik produk (desain, kualitas, fitur, harga) secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap minat beli, dengan kontribusi model mencapai 65,9% dalam menjelaskan variasi minat beli konsumen. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa desain dan kualitas produk merupakan faktor paling dominan yang mendorong minat beli Honda Brio di kalangan generasi Z di Mojokerto.

5.2 Saran

Adapun saran yang dapat diberikan berdasarkan temuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

Bagi Perusahaan (PT Honda Prospect Motor)

- Sebaiknya terus melakukan inovasi pada desain agar selalu up to date dan sesuai dengan perkembangan tren anak muda, karena desain terbukti menjadi daya tarik utama.
- Meningkatkan serta menjaga kualitas produk, terutama aspek kenyamanan dan keamanan kendaraan, agar kepercayaan dan loyalitas konsumen tetap tinggi.
- Memperhatikan pengembangan fitur-fitur produk yang relevan dengan kebutuhan teknologi Gen Z, serta memberikan edukasi atau promosi seputar keunggulan fitur agar semakin menarik perhatian konsumen muda.
- Menyesuaikan strategi harga agar tetap kompetitif di pasar tanpa mengurangi persepsi nilai terhadap produk.

Bagi Peneliti Selanjutnya

- Disarankan untuk mengembangkan penelitian pada wilayah dan segmentasi konsumen yang lebih luas agar hasilnya semakin generalizable.
- Dapat menambah variabel lain seperti citra merek, layanan purna jual, dan promosi untuk memperkaya analisis faktor-faktor minat beli.
- Menggunakan metode pengumpulan data lain seperti wawancara mendalam agar diperoleh insight kualitatif yang lebih komprehensif.

Bagi Konsumen dan Masyarakat

- Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai pertimbangan sebelum melakukan pembelian kendaraan, khususnya bagi konsumen muda yang mengutamakan desain dan kualitas produk.

Dengan adanya penelitian ini, diharapkan semua pihak dapat mengambil manfaat dan meningkatkan pemahaman terkait faktor-faktor kunci yang memicu minat beli terhadap produk otomotif khususnya di kalangan generasi muda