

BAB V
PENUTUP
A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan didapatkan bahwa hipotesis yang diajukan untuk:

1. Hipotesis Mayor

Pada hipotesis mayor didapatkan hasil $r_{y,12} = 0,621$ dengan $p < 0,01$. Hasil ini menunjukkan bahwa ada hubungan antara harga diri dan motivasi manfaat dengan minat membeli telepon genggam. Hal tersebut menunjukkan bahwa hipotesis mayor yang diajukan dapat diterima.

2. Hipotesis Minor

- a. Hipotesis minor yang pertama didapatkan $r_{x1y} = 0,427$ dengan $p < 0,01$ yang menunjukkan bahwa ada hubungan yang positif antara harga diri dengan minat membeli telepon genggam.
- b. Hipotesis minor yang kedua didapatkan $r_{x2y} = 0,566$ dengan $p < 0,01$ yang menunjukkan bahwa ada hubungan yang positif antara motivasi membeli dengan minat membeli telepon genggam.

Tingkat pengukuran untuk variabel minat membeli telepon genggam adalah cukup atau sedang. Sumbangan efektif yang diperoleh dari hubungan antara harga diri dan motivasi manfaat terhadap minat membeli telepon genggam dalam penelitian ini adalah sebesar 38,592%.

Tingkat pengukuran untuk variabel harga diri adalah tinggi Sumbangan efektif yang diperoleh pada hubungan antara harga diri dan minat membeli telepon genggam dari penelitian ini adalah sebesar 11,533%.

Tingkat pengukuran untuk variabel motivasi manfaat adalah tinggi. Sumbangan efektif yang diperoleh untuk hubungan antara motivasi manfaat dan minat membeli telepon genggam dalam penelitian ini adalah sebesar 27,059%.

B. Saran-saran

Setelah menganalisa data dan membahas hasil yang diperoleh, maka saran-saran yang dapat diajukan, adalah sebagai berikut:

1. Bagi Konsumen

Karena taraf pengukuran pada harga diri yang tinggi, maka perlu adanya pengertian pada individu bahwa harga diri dapat ditunjukkan bukan hanya secara materialis, namun juga dapat dilakukan dengan cara menunjukkan luasnya wawasan, baik dalam hal pengetahuan, ketrampilan, maupun pergaulan apalagi dari temuan yang didapatkan bahwa sebagian subyek adalah mahasiswa dan belum bekerja maka, sebaiknya ditanamkan pada individu bahwa dalam melakukan pembelian, terutama untuk barang yang relatif mahal, perlu adanya pertimbangan yang rasional dan relevan dengan keadaan dan kebutuhan, juga perlunya melihat seberapa besar manfaat dari pembelian tersebut.

2. Bagi Produsen

Tingkat pengukuran pada variabel minat membeli berada pada taraf yang sedang, sehingga bila para produsen ingin meningkatkan penjualan telepon genggamnya maka dapat dilakukan dengan: melihat bahwa motivasi manfaat

berada pada taraf pengukuran yang tinggi, sehingga produsen harus lebih meningkatkan mutu dan kualitas telepon genggam terutama kepraktisan dan keefisiensinya. Hal ini akan membuat konsumen menjadi lebih tertarik untuk membeli karena tingginya manfaat yang ditawarkan, dengan banyaknya manfaat yang didapatkan maka dapat meningkatkan sumber daya manusia.

2. Bagi Peneliti

Sumbangan efektif yang diperoleh dari minat membeli sebesar 38,592%, sumbangan efektif yang diperoleh harga diri pada penelitian ini hanya sebesar 11,533%, dan sumbangan efektif yang diperoleh motivasi manfaat pada penelitian ini hanya sebesar 27,059%. Sehingga bila mungkin ada peneliti selanjutnya yang tertarik pada penelitian sejenis khususnya mengenai minat membeli telepon genggam, dapat menggunakan variabel-variabel lain yang mempengaruhi, misalnya pendidikan, kelas sosial, kelompok referensi, model iklan, jenis kelamin, dan usia.