

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan pada uraian bab-bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Variabel kualitas produk (X1) berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) yang ditunjukkan nilai t hitung $2,458 > t$ tabel $1,66071$ dan nilai signifikansi $0,024 < 0,05$, artinya semakin baik atau tinggi kualitas produk dapat mempengaruhi keputusan pembelian. Apabila kualitas dari produk tersebut dipandang baik oleh konsumen, maka akan semakin besar kesempatan untuk bisa menarik konsumen untuk membeli produk tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa atribut yang terdapat pada kualitas produk bisa memberikan pengaruh kepada konsumen dalam membuat keputusan pembelian.
2. Variabel citra merek (X2) berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) yang ditunjukkan dengan nilai t hitung $3,486 > t$ tabel $1,66071$ dan nilai signifikansi $0,0005 < 0,05$, artinya semakin baik atau bagus citra merek dari suatu produk dapat mempengaruhi keputusan pembelian. Hal ini menjadi sangat wajar karena citra yang buruk akan menjadikan konsumen tidak tertarik untuk membeli produk tersebut, namun apabila citra merek dari suatu produk dipandang baik oleh konsumen, maka akan menarik konsumen untuk membeli produk tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa atribut dari variabel citra merek bisa memberikan pengaruh kepada konsumen dalam membuat keputusan pembelian.
3. Variabel harga (X3) berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) yang ditunjukkan nilai t hitung sebesar $2,058 > t$ tabel $1,66071$ dan nilai signifikansi $0,021 < 0,05$, artinya semakin kuat variabel harga yang dirasakan oleh konsumen dapat mempengaruhi keputusan pembelian terhadap produk tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa atribut

yang terdapat pada variabel harga memberikan pengaruh kepada konsumen dalam membuat keputusan pembelian.

B. Keterbatasan

Penelitian ini sudah dilaksanakan sesuai dengan prosedur ilmiah, tetapi demikian masih memiliki keterbatasan penelitian yaitu :

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini terbatas yaitu 3 variabel (kualitas produk, harga dan citra merek). Sehingga untuk penelitian lebih lanjut di sarankan menambah pengujian variabel atau faktor-faktor yang di rasa dapat mempengaruhi keputusan pembelian, misalnya loyalitas, promosi, dan lain lain.

C. Saran

a. Saran Akademis

Saran yang diberikan bagi peneliti selanjutnya adalah menambah jumlah variabel yang dirasa dapat mempengaruhi keputusan pembelian, seperti loyalitas, promosi, dan lain-lain karena R^2 36% berarti masih 64% keputusan pembelian dapat dipengaruhi variabel selain kualitas produk, citra merek dan harga. Serta diharapkan peneliti selanjutnya bisa memperluas jangkauan objek penelitian, sehingga terdapat perbandingan antara objek pada wilayah tertentu dengan objek di wilayah lain, supaya hasil penelitian bisa menggambarkan secara penuh mengenai pengaruh dari variabel independen terhadap variabel dependen.

b. Saran Praktis

Saran yang diberikan bagi dealer Nusa Motor Caruban adalah harus mampu mempertahankan kualitas produk yang sudah baik serta melakukan perawatan dengan cara melakukan servis rutin dan berkala agar tidak terjadi penurunan kualitas produk yang mengakibatkan menurunnya pembelian konsumen. Hal ini didasari oleh hasil tanggapan responden terhadap variabel kualitas produk yang mendapatkan nilai paling rendah (3,94) bila dibandingkan dengan variabel citra merek dan harga.

Walaupun sudah tergolong nilai yang tinggi, namun apabila bisa ditingkatkan lagi, maka akan semakin baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, David A. 1997. *Manajemen ekuitas merek*. Jakarta: spectrum.
- Adyas ,Dasmansyah dan Ifan Setiawan. 2019. *Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Cbr150r Di Cibinong*. *Economicus*, Vol. 10 No. 1 – Juni 2019
- Alma, Buchori. 2013. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Basu swastha, dharmesta dan T hani Handoko. 2000. *Manajemen pemasaran (analisa perilaku konsumen)*. Yogyakarta : BPFE UGM
- Basu, Swasta. 2008. *Manajemen pemasaran modern*. Yogyakarta: liberty.
- Dewi, Dewa Ayu Putri Krisna dan I Gusti Gede Purwa Sudarta. 2018. *Pengaruh Kualitas Produk, Merk, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Scoopy Pada Pt. Astra Internasional Honda Sales Operations Tbk. Honda Cabang Denpasar*. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Equilibrium*. Vol. 4 No. 1 pp. 33 – 44.
- Ghozali, Imam. 2006. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Handoko, T. Hani. 2000. *Manajemen Personalialia dan Sumber Daya Manusia Edisi 2*. Yogyakarta: BPFE.
- Herdianto, Yonas. 2017. *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Di Showroom Mahkota Jaya Nganjuk*. *Simki-Economic*. Vol. 01 No. 03 Tahun 2017.
- Herman, et.al. 2007. *The social influence of brand community: evidense from European car clubs*. *Jounal of marketing*. Vol. 69, pp 19-34
- Husein, Umar. (2000). *Riset Pemasaran Dan Penilaian Konsumen*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka.
- Indah,Sari Dan Helman Fachri Dan Sumiyati. 2020. *Pengaruh Citra Merek Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha Pada PT. Multi Pratama Nusantara Kecamatan Tayan Hilir*. *Jurnal Produktivitas 7*, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Pontianak.

- Irvan dan Teni Prayogo Putri. 2019. *Pengaruh Promosi Penjualan Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Pt. Nusantara Surya Sakti Majene*. MANDAR (Management Development and Applied Research Journal). Vol. 2 No. 1, pp. 36-43.
- Jasmalinda. 2021. *Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Motor Yamaha Di Kabupaten Padang Pariaman*. Jurnal Inovasi Penelitian. Vol.1 No.10 Maret 2021.
- Kartajaya, Hermawan. 2005. *Positioning diferensiasi brand: memenangkan persaingan dengan segitiga positioning-diferensiasi-brand*. Jakarta: gamedia pustaka utama.
- Keller, Kevin Lane. 2013. *Strategic Brand Management: Building, Measuring, And Managing Brand Equity*. Global Edition. Pearson Education.
- Kotler, Philip dan Gery Amstrong. 2001. *Prinsip – Prinsip Manajemen Jilid 1 Edisi 8*. Alih Bahasa Damos Sihombing. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Gery Amstrong. 2005. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Prehalindo.
- Kotler, Philip dan Gery Amstrong. 2008. *Prinsip – Prinsip Manajemen Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Gery Amstrong. 2008. *Prinsip – Prinsip Manajemen Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2008. *Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid1*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid1*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip Dan Kevin Lane Keller. 2012. *Manajemen Pemasaran Di Indonesia : Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*. Jakarta: Salemba Empat.
- Kotler, Philip Dan Kevin Lane Keller. 2016. *Manajemen Pemasaran edisi 12 jilid 1&2*. Jakarta: PT Indeks.
- Kotler, Philip. 2007. *Manajemen Pemasaran Jilid 2 Edisi 12*. Jakarta: PT.Indeks.
- Kotler, Philip. 2008. *Manajemen Pemasaran Jilid 2 Edisi 12*. Jakarta: PT.Indeks.
- Kotler, Philip.2005. *Manajemen Pemasaran Edisi 11 jilid 2*. Jakarta: PT Indeks Kelompok Gramedia.

- Kotler, Philip. 2014. *Manajemen Pemasaran Edisi 13*. Jakarta: Prenhalindo
- Kuncoro, Mudrajad. 2009. *Metode Riset Untuk Bisnis Dan Ekonomi Edisi 3*. Jakarta: Erlangga.
- Laksana, Fajar. 2008. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta : Graha Ilmu
- Pradana, Dedhy Dan Syarifah Hidayah Dan Rahmawati. 2017. *Pengaruh Harga Kualitas Produk Dan Citra Merek Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Motor*. [Http://Journal.Feb.Unmul.Ac.Id/Index.Php/KINERJA](http://Journal.Feb.Unmul.Ac.Id/Index.Php/KINERJA) K I N E R J A. Volume 14 (1) 2017, 16-23.
- Prayitno, Bayu Bagus Dan Nurul Widyawati. 2019. *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Citra Merek Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Yamaha R15*. Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen. Volume 8, Nomor 2, Februari 2019.
- Ruliansyah, Fauzy Dan Dr. Dian Surya Sampurna, Se, Mm. 2020. *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor (Studi Kasus Pada Kosumen Sepeda Motor Yamaha Di Dealer Johar Baru Jakarta Pusat)*. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia.
- Setiadi, nugroho J. 2003. *Perilaku konsumen: konsep dan implikasi untuk strategi dan penelitian pemasaran*. Jakarta: prenada media.
- Shofwan, Thoriq Dan Lina Aryani Dan Heni Nastit. 2020. *Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Motor Honda Beat*. *Konferensi Riset Nasional Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi*. Volume 2, 2020 | Hlm. 362-376.
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Susanti Dan Nora Pitri Nainggolan. 2020. *Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pt Cahaya Eco Indonesia Di Batam*. Jurnal Rekaman. Vol. 4, No.2, Juni 2020.
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran Edisi 3*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, Fandy. 2011. *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: Banyumedia.
- Tjiptono, Fandy. 2012. *Strategi Pemasaran Edisi 3*. Yogyakarta: Andi.