

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisa yang telah dilakukan baik pada bab sebelumnya maka kesimpulan yang diperoleh dari penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Berdasarkan uji F (simultan) keseluruhan variabel bebas yaitu word of mouth, kualitas produk, harga mempunyai pengaruh signifikan positif terhadap keputusan pembelian pada sepeda Kawasaki ninja 250cc di Surabaya.
2. Berdasarkan uji t (parsial) dapat diketahui bahwa :
 1. Variabel Word Of Mouth (X1) parsial mempunyai pengaruh positif signifikan artinya bahwa semakin tinggi tingkat word of mouth maka semakin tinggi niat keputusan pembelian sepeda Kawasaki ninja 250cc di Surabaya.
 2. Variabel Kualitas Produk (X2) secara parsial mempunyai pengaruh positif tidak signifikan artinya bahwa semakin tinggi Kualitas Produk maka tidak selalu meningkatkan keputusan pembelian sepeda Kawasaki ninja 250cc di Surabaya.
 3. Variabel Harga (X3) secara parsial mempunyai pengaruh positif tidak signifikan artinya bahwa semakin tinggi Harga Produk maka tidak

selalu meningkatkan keputusan pembelian sepeda Kawasaki ninja 250cc di Surabaya.

5.2 Keterbatasan

Berdasarkan penelitian yang sudah dilakukan dalam penelitian ini memiliki keterbatasan sebagai berikut.

1. Peneliti mengalami kesulitan mencari pengguna yang menggunakan sepeda motor Kawasaki ninja 250cc di Surabaya, sehingga beberapa responden merupakan bukan pengguna sepeda motor Kawasaki ninja 250cc tetapi pernah menggunakan sepeda motor Kawasaki ninja 250cc. Karena responden yang akan diambil adalah responden yang menggunakan sepeda motor Kawasaki ninja 250cc maka dapat dijadikan sampel penelitian.
2. Sampel yang ingin diperoleh sebenarnya berjumlah 80 responden karena keterbatasan waktu dan sebagian besar enggan untuk mengisi kuesioner yang diberikan maka peneliti hanya mendapatkan 80 responden
3. Dikarenakan keterbatasan item pertanyaan dari setiap variabel, yaitu terdiri dari 3 item pernyataan, peneliti mengalami kesulitan saat menganalisis sehingga hasil analisis kurang maksimal.

5.3 Saran

Adapun saran yang dapat dilakukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi Sepeda Kawasaki Ninja 250cc di Surabaya

Pada variabel kualitas produk dan harga yang mendapatkan hasil berpengaruh positif tidak signifikan terhadap keputusan pembelian sepeda motor Kawasaki Ninja 250cc dikarenakan lebih dimeratakan lagi dalam penyebaran seperti Kawasaki Ninja 250cc di Surabaya, sedangkan untuk harga produk biasanya konsumen membandingkan terlebih dahulu dari keluaran Ninja yang lama dengan produk yang baru.

2. Bagi penelitian selanjutnya

Peneliti selanjutnya jika meneliti dengan objek yang sama dengan penelitian ini, maka perlu memperhitungkan juga variabel-variabel lain yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian masyarakat seperti variabel word of mouth, kualitas produk, harga produk dan juga sebaiknya komposisi responden yang digunakan lebih proposional dan tidak didominasi oleh satu kelompok responden tertentu.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari. 2004. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Edisi Revisi. Bandung: Alfabeta
- Asosiasi Industri Sepeda Motor Indonesia. www.aisi.or.id
- Assauri, S. 2004. *Manajemen Produksi dan Operasi*. Jakarta: FEUI.
- Dina Febiana, Srikandi Kumadji, Sunarti. 2014. "Pengaruh *Word Of Mouth* Terhadap Minat Beli Serta Dampaknya Pada Keputusan Pembelian (Survei Pada Pengunjung Yang Melakukan Pembelian Pada Biker's Resto Dan Cafe Di Kota Malang)". *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol. 16 , No.1 (November)
- DoniHariadi. 2012. "Pengaruh Produk, Harga, Promosi dan Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Projector Microvision". *Jurnal Ilmu & Riset Manajemen*, Vol.1, No.8.
- Hasan, Ali. 2010. *Marketing Dari Mulut Ke Mulut*, Cetakan 1. Yogyakarta: Media Pressindo.
- Juwita Mariska Robot. 2014. "Analisis Pengaruh Advertising, Personal Selling, Sales Promotion, Publicity dan Word of mouth terhadap Keputusan Pembelian". *Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen*, Vol.3 ,No.3. Pp: 254-267
- Kartajaya, Hermawan. 2007. *HermawanKartajaya on Marketing*. Jakarta: Gramedia
- Kotler, Philip. 2000. *Manajemen Pemasaran. Jilid 2*. Jakarta: Bumi Aksara
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi ketigabelas. Alih Bahasa oleh David Octarevia. Jakarta : Salemba Empat.
- _____.2012. *Principles of Marketing*. New Jersey: Pearson Education Limited
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran. Millenium Edition*. Alih Bahasa : Benyamin Molan. Edisi 13. Jakarta. PT.Indeks.
- Lovelock, Christopher H., dan JochenWirtz. 2009. *Services Mareketing; People, Technology, Stratrgy*. Seventh Edition (Global Edition). United States: Prentice Hall
- Mowen, J., and Minor, M. (2002).*Perilaku Konsumen Edisi 5 Jilid 2*. Jakarta: Erlangga.

- Mullin, John W, Orville C Walker. 2005. *Marketing Management A Strategic Decision*, fifth edition, New York: McGraw Hill.
- Nur Hani Maulida. 2014. “Bauran Pemasaran dan *Word of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian pada E-Coffee di Surabaya”. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, Vol 3, No 1.
- Peter, Paul J. dan Jerry C. Olson. 2000. *Consumer Behavior: Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Jilid 2. Ed. 4. Dialihbahasakan oleh Damos Sihombing. Jakarta: Erlangga.
- _____. 2013. *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Jilid 1 Ed. 9. Dialihbahasakan oleh Diah Tantri Dwiandani. Jakarta: Salemba Empat.
- Purwati, Heri Setiawan, Rohmawati. 2012. “Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Motor Honda Matic Beat (Studi Kasus Pada PT. Nusantara Solar Sakti)”. *Jurnal Ekonomi Dan Informasi Akuntansi (JENIUS)*, Vol.2, No.3 (September).
- Rangkuti, Freddy.(2009). *Mengukur Efektivitas Program Promosi & Analisis Kasus Menggunakan SPSS*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- RizkyIryanita, Y. Sugiarto. 2013. “Analisis Pengaruh Citra Merek, Persepsi Harga, dan Persepsi Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen produk ATBM Pekalongan)”. *Jurnal Manajemen Universitas Diponegoro*, Vol.2, No.1.
- Sernovitz, Andi. (2012). *Word of Mouth Marketing: How Smart Companies Get People Talking*. New York: Kaplan
- Shimp, Terence A. 2003. *Periklanan Promosi: Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Dialihbahasakan oleh Revyani Sahrial, Dyah Anikasari. Jakarta: Erlangga.
- SigitIndrawijaya. 2012. “Pengaruh Kualitas Produk dan *Word of Mouth* Terhadap Keputusan Konsumen dalam Pembelian Roti Manis Pada Industri Kecil di Kabupaten Sarolangun”. *Jurnal Manajemen Terapan dan Keuangan*, Vol 1, No 3.
- Sumarwan, Ujang. 2002. *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Bogor: Ghalia Indonesia
- Swastha, Basu dan Handoko H. 2006. *Manajemen Penjualan* Yogyakarta: Penerbit BPFE.

_____. 2012. *Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen. Edisi Pertama*. Cetakan Kelima. Yogyakarta: BPFE.

Tedjakusuma, Ritawati. Sri Hartini. dan Muryani. 2001. *Analisis Faktor-Faktor yang mempengaruhi Perilaku Konsumen dalam Pembelian Air Minum Mineral di Kotamadya Surabaya*. Jurnal Penelitian Dinamika sosial. Vol.2, No.3. Fakultas Ekonomi Universitas Erlangga.

Tjiptono, Fandy. 2000. *Prinsip & Dinamika Pemasaran*. Edisi Pertama. Yogyakarta: J & J Learning

fanndyTjiptono (2008: 90) word of mouth konsumen mengetahui keberadaan produk Menurut Hawkins dan mothersbaugh (2013).

(Sweeney *et al*, 2007:347) faktor yang menambah keefektifan WOM

Kotler (2005:221) Tipe perilaku pembelian

Dessy (2012) Pengaruh Harga terhadap keputusan pembelian

Imam, 2013:19 Teknik analisis data

Owusu Alfred (2013), Influences of Price And Quality On Consumer Purchase Of MobilePhone In The Kumasi Metropolis In Ghana A Comparative Study