

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan, maka dapat diambil kesimpulan yang diuraikan sebagai berikut :

1. Citra Merek berpengaruh negatif signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian Honda Vario di Kota Surabaya artinya ketika terjadi peningkatan pada nilai citra merek maka keputusan pembelian tidak selalu mengalami penurunan pembelian Honda Vario di kota Surabaya.
2. Persepsi kualitas secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian Honda Vario di kota Surabaya. Hal ini menunjukkan bahwa peningkatan pada nilai persepsi kualitas akan memberi pengaruh pada peningkatan keputusan pembelian Honda vario di kota Surabaya.
3. Promosi berpengaruh secara parsial berpengaruh negatif tidak signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian Honda Vario di Kota Surabaya. Hal ini menunjukkan bahwa apabila terjadi peningkatan pada nilai promosi maka tidak selalu menurunkan keputusan pembelian.
4. Variabel Citra Merek, Persepsi Kualitas dan Promosi secara simultan berpengaruh terhadap Keputusan pembelian Honda Vario di Surabaya. Hal ini menunjukkan bahwa upaya peningkatan Citra Merek, Persepsi Kualitas dan promosi yang dilakukan secara simultan akan meningkatkan keputusan pembelian Sepeda motor Honda Vario di kota Surabaya.

5.2 Keterbatasan penelitian

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka terdapat beberapa keterbatasan yang dialami selama melakukan penelitian yang dijabarkan sebagai berikut :

1. Peneliti mengalami keterbatasan dalam menyebarkan kuesioner ketika beberapa calon responden menolak untuk mengisi kuesioner
2. Dalam penelitian ini kriteria responden yang dianggap mampu mengambil keputusan pembelian Honda Vario masih kurang detail. Pada batasan usia yang telah ditetapkan dalam penelitian ini dianggap mampu mewakili responden yang diharapkan.

5.3 Saran

Kesimpulan diatas dapat dikembangkan menjadi beberapa saran yang diharapkan dapat membantu bagi pihak-pihak tertentu dan bermanfaat bagi perusahaan. Antara lain

1. Perusahaan Honda
Dalam penelitian ini, citra merek dan persepsi kualitas berpengaruh secara parsial signifikan terhadap keputusan pembelian Honda Vario di Kota Surabaya. Perusahaan Honda diharapkan mengutamakan Persepsi Kualitas serta citra merek untuk meningkatkan penjualan sepeda motor Honda, agar konsumen pun lebih tertarik untuk membeli karena konsumen yang mempunyai persepsi kualitas positif akan cenderung memilih produk tersebut. Perusahaan dapat membuat website dimana customer dapat

menyampaikan kritik maupun saran tentang sepeda motor Honda Vario. Dengan adanya kritik maupun saran diharapkan Honda Vario dapat memenuhi persepsi kualitas dari konsumen.

Hasil dari penelitian ini juga mengatakan bahwa citra merek, persepsi kualitas dan promosi berpengaruh secara simultan signifikan terhadap keputusan pembelian Honda Vario di Kota Surabaya. perusahaan diharapkan menggabungkan citra merek, persepsi kualitas dan promosi. Cara yang dilakukan dengan membuat promosi yang berisi testimoni dari konsumen dan juga pendapat para ahli outomotive.

2. Peneliti Selanjutnya

Diharapkan pada penelitian selanjutnya dapat memperbaiki keterbatasan yang ada dalam penelitian ini dan mengembangkan penelitian ini. Diharapkan pula peneliti selanjutnya mempertimbangkan untuk memasukan variabel lain di dalam penelitiannya

DAFTAR RUJUKAN

- Ahmad, Azhar., Sallehuddin, M., Noor., Wel Che Aniza. (2014). "Factor Influencing Consumer's Purchase Decision of Private Label Brand Product". *International Journal of Economic Practices and Theories*. Pp 101-110.
- Akhtar, Naem., Qurat-ul-ain., Siddiqi, U,Iqbal. (2016). "Impact of a Brand Equity on Consumer Purchase Decision in L'Oreal Skincare Products". *International Review of Management and Business Research*.5(3), Pp. 808-816.
- Amron Amron. (2018) "The Influence Of Brand Image, Brand Trust, Product quality, and price on the Consumer's Buying Decision of MPV Cars". *European Scientific Journal*. Vol 14. Pp 228 – 239.
- Baruna, H.B., Husani, Shilvana., Ali, H. (2017). "The Influence of Quality Products, Price, Promotion, and Location to Product Purchase Decision on Nitchi At PT. Jaya Swarasa Agung in Central Jakarta", *Saudi Journal of Business and Management Studies*. 22(3), Pp. 433-445.
- Imam Ghozali. 2013. *Aplikasi Analisa Multivariat dengan Program IBM SPSS 21*. Edisi Kedelapan. Semarang : Badan Penelit Universitas Diponegoro.
- Hanaysha, R.H. 2018 "An examination of the factors affecting consumer's purchase decision in the Malaysian retail market", *Emerald Insight Journal*. 2(1), Pp6-23
- Jin, Zhang., Pitsaphol, C., Shabbir, Rizwan. (2014). " The Influence of Brand Awareness, Brand Image and Perived Quality Brand Loyalty: A case Study of Oppo Brand in Thailand". *Interdisciplinary Journal or Research In Business*. 5(20), Pp. 5-21.
- Juliansyah Noor. (2011). *Metodologi Penelitian*. Jakarta : Kencana Prenada Media Group.
- Mabkhot, H. A., Shaari, H., Md. Salleh,Salniza. (2017). "The Influence of Brand Image and Brand Personality on Brand Loyalty, Mediating by Brand Trust: An Empirical Study", *Jurnal Pengurusan*, Pp. 1-19
- Mega, C.W. (2013). " Pengaruh Strategi Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Panther pada PT Astra Internasional-Izuzuz Manado", *Jurnal EMBA*, Pp. 541-549.

- Meigy, A.D.Woy., Silvy Mandey., Djuwarty Soepomo. (2014). "Kualitas Produk, Strategi Harga, Promosi pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian motor Honda Pada PT. Nusantara Surya Sakti Manado". *Jurnal EMBA*. Pp 1483- 1494
- Mudrajat Kuncoro. (2013). *Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi*. Jakarta: Erlangga.
- Penjualan Honda Vario Menurun, 2018. (<https://www.otosia.com> , diakses pada tanggal 06 November 2018).
- Raiza Maindoka., Joyce Lopian dan Ferdinan Tumewu. (2014). "Brand Image and Perceived Quality on Consumer Buying Decision of Samsung Mobile Phone in Manado". *Jurnal EMBA*. Pp 985-992
- Rosady Ruslan. 2010. "*Metodologi Penelitian : Public Relations and Communication* Jakarta : Rajagrafindo Persada.
- Rudot, Y.W., Patricia, D.P., M. Mukey Warso. (2016). " Pengaruh Brand Awareness, Perceived Quality, and Price Terhadap Keputusan Pembelian Honda Vario 125 di Dealer Atra Honda Semarang", *Jurnal of management*, Pp 1- 17.
- Syofian Siregar. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta : Kuncoro Prenada Media Group.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Yunita Nirmala Sari., Dr. Hartono Subagio, SE., MM. (2013). "Analisis Pengaruh Retail Mix (Customer Service, Location, Store Design & Display, Merchandise Assortment, Communication Mix, Dan Price) Terhadap Kunjungan Di Toko Souvenir Ken N So di Surabaya". *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*. Pp. 1-9