

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan dari hasil analisis yang telah dilakukan pada penelitian ini, maka kesimpulan yang diperoleh dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Harga secara simultan berpengaruh signifikan positif terhadap Niat beli sepeda motor Honda Scoopy di Sidoarjo.
2. Kesadaran Merek secara simultan berpengaruh signifikan positif terhadap Niat beli sepeda motor Honda Scoopy di Sidoarjo.
3. Kualitas yang Dirasakan secara simultan berpengaruh signifikan positif terhadap Niat beli sepeda motor Honda Scoopy di Sidoarjo.
4. Harga, Kesadaran Merek, dan Kualitas yang Dirasakan secara simultan berpengaruh signifikan positif terhadap Niat beli sepeda motor Honda Scoopy di Sidoarjo.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka terdapat beberapa keterbatasan dalam penelitian ini yaitu :

1. Terbatasnya waktu dalam melakukan penelitian dan responden yang bersedia untuk menjawab kuesioner didominasi oleh kalangan pelajar/mahasiswa hal ini dirasa kurang ideal
2. Dalam melakukan penyebaran kuesioner, ada beberapa responden yang kurang lengkap dalam pengisian pertanyaan terbuka, seperti data diri responden yang tidak terisi

5.3 Saran

Berdasarkan hasil analisis penelitian yang telah disampaikan diatas, maka ada beberapa saran yang sekiranya dapat bermanfaat bagi pihak yang terkait, berikut adalah sarannya :

A. **Saran bagi perusahaan**

1. Saran untuk PT. Astra Honda Motor terhadap Honda Scoopy berdasarkan survey yang dominan kurang berpengaruh adalah dari pernyataan variabel harga yaitu “Produk sepeda motor Honda Scoopy memiliki harga yang terjangkau”. Dapat dilihat dari pernyataan tersebut setiap responden berpendapat bahwa dari segi harga sepeda motor Honda Scoopy tidak memiliki harga yang terjangkau. Jadi untuk perusahaan Astra Honda Motor seharusnya lebih memberikan harga yang terjangkau dengan kualitas yang baik agar semua kalangan bisa mempertimbangkan untuk membeli sepeda motor Honda Scoopy.
2. Berdasarkan survey yang paling dominan berpengaruh adalah kesadaran merek terhadap niat beli, dengan bagitu agar perusahaan PT. Astra Honda Motor tetap menjadi perhatian konsumen seharusnya melakukan promosi penjualan yang lebih baik lagi seperti mengadakan suatu event dan kontes agar menarik perhatian para konsumen.

B. Saran bagi peneliti selanjutnya

1. Dalam kuesioner perlu adanya tambahan indikator pertanyaan dari jurnal lain agar dapat mencakup keseluruhan variabel yang digunakan dalam penelitian ini.
2. Bagi peneliti yang akan datang dan memiliki obyek penelitian serupa, hendaknya lebih baik ditambahkan dua variabel atau lebih agar pertanyaan dalam kuesioner lebih spesifik lagi tentang pengetahuan produk dan agar mengetahui tingkat ketertarikan konsumen pada sebuah produk.
3. Jumlah sampel sebaiknya ditambah, untuk peneliti selanjutnya alangkah lebih baik untuk menambah jumlah sampel agar semakin meyakinkan bahwa sebuah penelitian memang benar-benar mempresentasikan populasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, David A.(2013). Manajemen Pemasaran Strategi. Edisi kedelapan. Salemba Empat.Jakarta
- Ali Hasan, (2009), Marketing, Yogyakarta : MedPress (Anggota IKAPI)
- Anwar, Suroyo. (2009). Pemahaman Individu, Observasi, Checklist, Interview, Kuesioner dan Sosiometri. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Danang Sunyoto, (2016). Uji Validitas dan Reliabilitas, Asumsi Klasik
- Deepesh Dharamdasani, Dr. Mahendra Sharma. (2017). Impact of Brand Related Attributes on Consumer's Purchase Intention Towards Private Label Apparels Brands: A Study About the Consumers of Ahmedabad Ganpat University, INDIA. *International Journal of Engineering and Management Research Page Number: 297-30*
- Fandy, Tjiptono,(2011), Pemasaran Jasa, Bayumedia, Malang
- Hartono, Jogiyanto. (2011). Metodologi Penelitian Bisnis: Salah Kaprah dan Pengalaman-pengalaman.BPFE. Yogyakarta
- Ibraheem Saleh Al Koliby1, Dr.Maria Abdul Rahman. (2018). *Influence Dimensions Of Brand Equity On Purchase Intention Toward Smartphone In Malaysia. ISSN(e): 2309-3951;ISSN(p): 2411-0221,Volume 15, Number 1*
- Imam Ghozali. (2013). *Model Persamaan Struktural Konsep dan Aplikasi dengan Program AMOS 21.0*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Imran Khan and Tauqir Ahmad Ghauri and Salman Majeed, (2012) "Impact Of Brand Related Attributes On Purchase Intention Of Customers. A Study About The Customers Of Punjab, Pakistan". *Journal Of Contemporary Research In Business Vol 4, No 3*
- Kotler Philip, Amstrong Gary. (2013).Prinsip-prinsip Pemasaran, Edisi ke-12.Penerbit Erlangga.
- _____,Kotler, dan Keller. (2012). Manajemen Pemasaran. Edisi 12. Jakarta: Erlangga
- _____,Kotler, Philip dan Kevin L.Keller. 2016. Marketing Management. Edisike 15.Penerbit Pearson Education Limited 2016.

_____, Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2009. Manajemen Pemasaran. Jilid 1. Edisi ke-13. Diterjemahkan oleh: Bob Sabran. Jakarta: Erlangga.

Kowang, T. O., Samsudin, S. A., Yew, L. K., Hee, O. C., Fei, G. C., & Long, C. S. (2018). Factors Affecting Car Purchase Intention among Undergraduates in Malaysia. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 8(8), 80–88.

Morissan. 2012. Metode Penelitian Survey. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

Mudrajad Kuncoro. 2013. *Metode Riset Untuk Bisnis dan Ekonomi*. Edisi 4. Jakarta : Erlangga.

Nisal Rochana Gunawardane. 2015. “Impact of Brand Equity Towards Purchasing Decision: A Situation on Mobile Telecommunication Services of Sri Lanka”. *Journal of Marketing Management*. Vol.3, Pp 100-117

Sugiyono. 2013. “*Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*”. Alfabeta. Bandung.

_____, Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.” Cetakan 1. Yogyakarta: Nuha Medika.

Valarie A. Zeithaml, and Leonard L. Berry. 2015. Servqual: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality. *Journal of Retailing*. Vol 52(1) pp 12-37

Website : <https://paryadi.com/2018/01/16/jumlah-kendaraan-2018/>

Website : <http://triatmono.info/data-penjualan-tahun/>

Website : <http://www.topbrand-award.com/>