

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada bab sebelumnya, maka penulis dapat menyimpulkan sebagai berikut :

1. Secara parsial menunjukkan bahwa terdapat tiga variabel yang berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian yaitu, variabel kualitas produk, desain dan harga. Data untuk variabel kualitas produk, menunjukkan bahwa T hitung $2,822 > T$ tabel $1,985$ dan nilai signifikan yaitu $0,006 < 0,05$. Untuk variabel desain T hitung $3,358 > T$ tabel $1,985$ dan nilai signifikan yaitu $0,001 < 0,05$. Selanjutnya pada variabel harga T tabel $3,438 > T$ tabel $1,985$ dan nilai signifikan yaitu $0,001 < 0,05$. Sehingga ketiga variabel tersebut menyatakan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima. Sedangkan data untuk variabel citra merek tidak mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian. Dengan nilai T hitung $0,030 < T$ tabel $1,985$ dan nilai signifikan sebesar $0,976 > 0,05$. Sehingga untuk variabel citra merek menyatakan bahwa H_0 diterima dan H_a ditolak.
2. Secara simultan pada variabel citra merek, kualitas produk, desain dan harga berpengaruh yang signifikan secara bersama-sama terhadap

keputusan pembelian. Dengan menunjukkan dari nilai F hitung $70,331 >$ F tabel $2,47$ dan nilai signifikan yaitu sebesar $0,000 < 0,05$. Dengan demikian maka H_0 ditolak, sehingga secara simultan diperoleh hasil terdapat pengaruh variabel citra merek, kualitas produk, desain dan harga terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan maka saran yang dapat diberikan penulis sebagai berikut :

1. CV. Trio Motor

Diharapkan untuk CV. Trio Motor semakin meningkatkan kualitas produk, desain dan harga yang diberikan kepada masyarakat, sehingga membuat masyarakat semakin percaya dengan produk Honda sedangkan harapannya untuk citra yang dibangun produk Honda menurut pandangan masyarakat dapat lebih ditingkatkan lagi. Sehingga citra merek Honda menjadi salah satu kendaraan yang mempunyai kesesuaian antara kualitas produk, desain dan harga serta dapat meningkatkan keuntungan bagi CV. Trio Motor.

2. Konsumen

Sebaiknya jika konsumen ingin membeli sepeda motor hendaknya lebih memperhatikan kesesuaian antara citra merek, kualitas produk, desain dan

harga yang ditawarkan oleh produk yang akan dibeli. Oleh karena itu, apa yang dibeli memang sangat dibutuhkan bukan sekedar hanya untuk mengikuti trend atau untuk meningkatkan percaya diri terhadap lingkungan sekitar. Islam tidak melarang manusia untuk memenuhi kebutuhannya atau keinginan, tetapi manusia diperintahkan untuk mengonsumsi barang atau jasa yang baik secara wajar dan halal serta tidak berlebihan. Pemenuhan kebutuhan dan keinginan diperbolehkan selama hal tersebut menambah mashlahah dan tidak mendatangkan mudharat.

3. Peneliti Berikutnya

Untuk peneliti berikutnya hendaknya menambah jumlah sampel dan variabel independen yang lain, bukan hanya variabel citra merek, kualitas produk, desain dan harga. Sehingga hal ini dapat menambah informasi yang lebih banyak tentang variabel apa saja yang dapat memberikan pengaruh terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda.