

## **BAB V**

### **KESIMPULAN**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada bagian sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan antara lain sebagai berikut:

1. Desain produk berpengaruh tidak signifikan terhadap keputusan pembelian Sepeda Motor Yamaha Mio M3 pada CV. Sekawan Motor Kupang. Hal ini dibuktikan dari hasil uji statistik secara parsial (uji t) untuk variabel Desain Produk (X1) yang menunjukkan nilai t hitung sebesar 1.419 dengan nilai signifikansi sebesar 0.160 atau lebih besar dari tingkat alfa yang digunakan yaitu 0.05 (5%).
2. Kualitas Produk juga berpengaruh tidak signifikan terhadap keputusan pembelian Sepeda Motor Yamaha Mio M3 pada CV. Sekawan Motor Kupang. Hal ini dibuktikan pula dari hasil uji statistik secara parsial (uji t) untuk variabel Kualitas Produk (X2) yang menunjukkan nilai t hitung sebesar 0.146 dengan nilai signifikansi sebesar 0.884 lebih besar dari tingkat alfa yang digunakan yaitu 0.05 (5%).
3. Citra merek berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Sepeda Motor Yamaha Mio M3 pada CV. Sekawan Motor Kupang. Hal ini dibuktikan dari hasil uji statistik secara parsial (uji t) untuk variabel Citra Merek (X3) yang menunjukkan nilai t hitung sebesar 3.278 dengan nilai signifikansi sebesar 0.002 atau lebih kecil dari tingkat alfa yang digunakan yaitu 0.05 (5%).

4. Desain Produk, Kualitas Produk, dan Citra Merek berpengaruh secara simultan dan signifikan terhadap variabel Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha Mio M3 pada CV. Sekawan Motor Kupang. Hal ini dibuktikan dari hasil uji simultan (uji F) dimana diperoleh nilai F hitung sebesar 8.355 dengan tingkat signifikansi 0.000 atau lebih kecil dari tingkat alfa yang digunakan yaitu 0.05 (5%). Dari hasil uji tersebut juga disimpulkan bahwa pengaruh ketiga variabel tersebut terhadap keputusan pembelian yakni sebesar 25.20%, sedangkan 74.80% lainnya dipengaruhi oleh variabel lainnya yang tidak dimasukkan ke dalam penelitian ini.

## **B. Saran**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan di atas, maka disarankan beberapa hal antara lain sebagai berikut:

1. CV. Sekawan Motor Kupang diharapkan untuk melakukan penjualan motor yang bervariasi dengan memperhatikan tren serta model kekinian agar dapat meningkatkan keputusan pembeli dan secara langsung mempengaruhi capaian hasil penjualan.
2. CV. Sekawan Motor Kupang perlu memperhatikan kesesuaian antara produk motor yang dipasarkan mulai dari promosi hingga penjualan agar sesuai dengan spesifikasi motor yang ditawarkan kepada para konsumen.
3. CV. Sekawan Motor Kupang perlu memberikan masukan kepada pihak produsen Yamaha Motor agar dalam mendesain produk barunya harus menghasilkan varian atau tipe motor yang dapat meningkatkan rasa percaya diri konsumen ketika mereka membeli dan menggunakannya.

4. CV. Sekawan Motor Kupang perlu merubah strategi pemasaran agar konsumen cepat dalam memutuskan pembelian produk motor Yamaha khususnya motor Mio M3 yang dipajang pada dealer CV. Sekawan Motor Kupang.
5. CV. Sekawan Motor Kupang perlu juga untuk menyarankan kepada pihak Produsen Yamaha Motor untuk lebih meningkatkan desain dan kualitas produk motor agar daya beli masyarakat / konsumen lebih meningkat lagi.
6. Bagi peneliti selanjutnya yang tertarik untuk melanjutkan penelitian ini, dapat dilakukan dengan cara memperluas sampel penelitian atau menambahkan variabel-variabel lain yang tidak ada dalam penelitian ini.

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku:

- Ali, Hasan. 2013. **Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan**. Yogyakarta. CAPS (Center For Academic Publishing Service)
- Assauri, Sotjan. 2015. **Manajemen Pemasaran**. PT Raja Grafindo Persada
- Berkowitz, et al. 1992. **Motif Pelanggan Dan Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Pelanggan Dalam Menggunakan Jasa Koperasi Kredit Di Kota Kupang**. Malang : Universitas Brawijaya
- Danang Sunyoto. 2012. **Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran**. Cetak Pertama Yogyakarta. CAPS
- David, A. Garvin. 2016. Ahli Bahasa Fandy Tjiptono. **Strategi Pemasaran**. Yogyakarta
- Ferdinand, Augusty. 2000. *Structural Equation Modelling dalam Penelitian Manajemen*. Semarang : Penerbit Universitas Diponegoro
- Ghozali, Imam. 2006. **Aplikasi Analisis Multivariale dengan Program SPSS (Edisi ke 4)**. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Handoko, T. H. 2013. **Manajemen**. Yogyakarta : BPFE
- Kotler, Philip. 2008. *Marketing Management*. Edisi Kedua Belas. Jilid Kedua. Jakarta : PT. Indeks
- Kotler, Philip Dan Kevin Lane Keller. 2009. *Marketing Management*. Edisi Ketiga Belas. Jilid Satu. Jakarta : Erlangga
- Kotler, dan Keller. 2012. *Marketing Management*. Edisi Dua Belas. Jakarta : Erlangga
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gray. 2012. *Principle of Marketing*. Edisi Kedua Belas. Jilid Pertama Terjemahan Bob Sabran. Jakarta : Erlangga
- Marwanto, Aris. 2015. *Marketing Sukses*. Yogyakarta : Kobis
- Nugroho J. Setiadi. 2003. **Perilaku Konsumen (Konsep dan Implikasi Untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran)**. Yogyakarta : Andi
- Ridwan. 2004. **Belajar Mudah Penelitian Guru, Karyawan dan Penelitian Pemula**. Bandung : Alfabeta

- Schiffman dan Kanuk. 2007. **Perilaku Konsumen** . Edisi Ketujuh. Jakarta : PT. Indeks
- Sutisna. 2003. **Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pasae, Cetakan Ketiga**. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya
- Suryani, Tatik. 2008. **Perilaku Konsumen** : Implikasi pada Strategi Pemasaran. Yogyakarta : Graha Ilmu
- Sugiyono. 2010. **Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif & RND**. Bandung : Alfabeta
- Sangadji, E. M., dan Sopiah. 2013. **Perilaku Konsumen**. Yogyakarta : Andi
- Tjiptono, Fandy. 2010. Strategi Pemasaran. Edisi Kedua. Yogyakarta : Andi
- Tjiptono, Fandy. 2015. **Strategi Pemasaran**. Edisi Keempat. Jakarta : Andi
- Tandjung. 2004. **Marketing Management** : Pendekatan Pada Nilai-Nilai Pelanggan. Edisi Kedua. Malang : Bayumedia
- Ulrich, Karl T. dan Steven D. Eppinger. 2008. **Product Design and Development**. Edisi Keempat. New York : McGraw- Hall

#### **Jurnal:**

- Arista. 2011. **Analisis Pengaruh Iklan, Kepercayaan Merek Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Konsumen**. Jurnal Aset, Vol 12. No 1, 37-45
- Alleiyya, Ihda La, dkk. 2014. **Pengaruh Inovasi Produk Baru, Citra Merek, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian PC Tablet Apple iPad ( Studi Kasus Pada Mahasiswa Pengguna iPad Di Fisip UNDIP Semarang**. Jurnal Universitas Diponegoro
- Anandia, Rizky dan Santoso , Suryono Budi. 2015. **Pengaruh Desain Produk, Persepsi Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Citra Merek Untuk Meningkatkan Minat Beli Konsumen Sepatu Adidas Orginal di Kota Semarang**. Diponegoro: Journal Management, Vol 4
- Gufuran, A., & Magadi, R. H. 2012. “**Analisis Pengaruh Harga, Promosi, Kualitas, Keputusan Pembelian Konsumen**”. Diponegoro Journal Of Accounting, Vol No 1
- Iryanita, Rizky. 2013. **Analisis Pengaruh Citra Merek, Persepsi Harga, dan Persepsi Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Produk ATBM Pekalongan). Dalam Diponegoro Journal of Management. Vol 2. No 2. Hal 1. Semarang : Universitas Diponegoro**
- Lutiary Eka Ratri. 2007. **Hubungan Antara Citra Merek (Brand Image) Operation Seluler Dengan Loyalitas Merek (Brand Loyalty) Pada**

**Mahasiswa Pengguna Telepon Seluler Di Fakultas Ekonomi Reguler  
Universitas Diponegoro Semarang, Fakultas Psikologi, Undip.  
Semarang**

- Muanaf, Ahmad. 2004. **Pengaruh Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Suzuki Di Pt. Buana Indomobil Trada Surabaya.** Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen. Vol. 3, No. 12. Surabaya : STIESIA Surabaya
- Monalisa. 2015. **Pengaruh Kualitas Produk Terhadap International Brand Image Serta Dampak Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Mahasiswa Pembelian dan Pengguna Laptop Lenova di Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya).** Jurnal Administrasi Bisnis. Vol.28, No. 2. Malang : Universitas Brawijaya Malang
- Susetyarsi, T. H. 2013. **Analisis Pengaruh Atribut Produk Mobil Toyota Avanza Ditinjau Dari Segi Interior, Eksterior Dan Mesin Terhadap Loyalitas Konsumen Di Semarang.** Jurnal Stie Semarang, Vol. 3, No. 3
- Soltani, Mortezo et all. 2016. **The Effect Of Service Quality On Private Brand Image and Purchase Intention In The Chain Stores Of ETKA.** Journal World Scientific News. 47 (2), 202-216
- Tambunan, Tulus. 2002. **Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Indonesia.** Jakarta : LP3ES