

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

1. Berdasarkan hasil dan pembahasan pada bab sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa:

Hasil analisis deskriptif memberikan gambaran rata-rata skor untuk kategori tanggapan (Ps-p) variabel *green product* (X1), *brand image* (X2), kualitas produk (X3), harga(X4), iklan (X5) dan keputusan pembelian (Y) Motor Listrik di Dealer Viar Oeteta, Kec. Oebobo Kota Kupang adalah baik. Hasil ini disesuaikan dengan hipotesis yang dibuat oleh peneliti adalah baik.

2. Variabel *green product* (X1), kualitas produk (X3) , harga(X4) dan iklan (X5) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) Motor Listrik di Dealer Viar Oeteta, Kec. Oebobo Kota Kupang dan disesuaikan dengan hasil hipotesis yang berpengaruh positif dan signifikan. Sedangkan, variabel *brand image* (X2) secara parsial berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) Motor Listrik di Dealer Viar Oeteta, Kec. Oebobo Kota Kupang.
3. Variabel *green product* (X1), *brand image* (X2), kualitas produk (X3), harga(X4) dan iklan (X5) secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) Motor Listrik di Dealer Viar Oeteta, Kec. Oebobo Kota Kupang yang disesuaikan dengan hasil hipotesis yang berpengaruh positif dan signifikan.

4. Hasil koefisien determinasi (R^2) dalam penelitian ini adalah 63,9 % keputusan pembelian Motor Listrik di Dealer Viar Oeteta, Kec. Oebobo Kota Kupang yang merupakan kontribusi dari lima variabel bebas yaitu *green product*, *brand image*, kualitas produk, harga dan iklan, sedangkan sisanya 36,1% merupakan pengaruh dari faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

B. Saran

Berdasarkan hasil analisis penelitian, hasil pembahasan dan kesimpulan. Maka saran yang dapat diberikan yaitu:

1. Bagi Dealer Viar Oeteta, Kec. Oebobo Kota Kupang

- a. Diharapkan agar produk motor listrik (*green product*) lebih memperbanyak produksinya, mengingat produk motor listrik sangat membantu dalam mengurangi pencemaran lingkungan seperti polusi udara dan juga mengurangi penggunaan pemborosan minyak bumi.
- b. *Brand image* produk Sepeda Motor listrik merek Viar diharapkan lebih memperhatikan desain motor listrik agar bisa terlihat lebih kokoh dan trendi.
- c. Kualitas produk Sepeda Motor listrik merek Viar diharapkan lebih memperhatikan ketersediaan suku cadang agar jika ada kerusakan pada motor listrik dapat ditangani dengan mudah.
- d. Untuk beberapa harga dari setiap unit Sepeda Motor listrik merek Viar diharapkan dapat disesuaikan, sehingga Motor Listrik bisa didapatkan dengan *budget* yang memadai sesuai pendapatan masyarakat.

- e. Penulis juga berharap agar pihak Dealer Viar Oeteta, Kec. Oebobo Kota Kupang dapat menarik para *influencer* muda di kota kupang untuk memperkenalkan produk motor listrik mengingat tingkat perkembangan teknologi yang semakin meningkat.

2. Bagi Peneliti Lain

Bagi peneliti lain yang ingin melakukan penelitian, hendaknya melakukan penelitian pada variabel lain yang belum digunakan dalam penelitian ini, misalnya variabel potongan harga, lokasi, dan lain-lain, sehingga dapat memberikan gambaran yang baru terhadap keputusan pembelian Motor Listrik di Dealer Viar Oeteta, Kec. Oebobo Kota Kupang.

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

- Balqiah, Tengku Ezni. 2007. Perilaku Konsumen. Tangerang Selatan: Universitas Terbuka.
- Ferdinan, Augusty. 2014. Metode Penelitian Manajemen. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Kotler Philip and Keller Kevin, 2009. Marketing Management Edition 13. Bob Sabran (Penerjemah), Manajemen Pemasaran, Edisi 13 Jilid 1&2, Penerbit Erlangga Jakarta
- Nugraha, Jefri Putri. 2021. Teori Perilaku Konsumen. Jawa Tengah: PT. Nasya Expanding Management.
- Tjiptono, Fandy dan Anastasia Diana. 2019. Pemasaran. Yogyakarta: CV. Andi Offset.

SKRIPSI

- Agustina, A. (2017). Pengaruh Green Product Dan Green Advertising Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Sepeda Motor Honda Vario Techno 125 Pgm-Fi Di Purworejo (Doctoral Dissertation, Manajemen-Fe).
- Al Amin, M., Widarko, A., & Arsyianto, M. T. (2023). Pengaruh Green Product, Green Price, Green Place, dan Minat Beli Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pepsodent (Studi Kasus Mahasiswa Prodi Manajemen Unisma Angkatan 2019). *E-JRM: Elektronik Jurnal Riset Manajemen*, 12(01).
- Deliana. (2016). Pengaruh Brand Image Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Motor Matic Yamaha Fino Pada Pt. Suraco Jaya Abadi Motor Cab. Pallangga. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.
- Gonsaina, Sofia. (2022). Pengaruh Fasilitas, Lingkungan, Harga, Dan Promosi Terhadap Kepuasan Penhuni Pada Kost Adelia Kota Kupang. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Katolik Widya Mandira Kupang.
- Kevin, I. M. (2019). Pengaruh *Green Product*, *Green Price* Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian (Studi kasus pada konsumen *Green Product* Lion Star di PT. Bank Capital Atrium Senen).
- Naja, Yoseph Beniza Pawe. (2022). Pengaruh Iklan, Word Of Mouth Dan Minat Beli Terhadap Keputusan Pembelian Diamond Mobile Legend Pada Mahasiswa Di Kota Kupang. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Katolik Widya Mandira Kupang.

- Poso Widyastuti Maria, 2021. Dalam penelitian yang berjudul "Pengaruh Atribut Produk, Iklan Kaboax, Dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Pada Toko Graha Insan Surya Kupang".
- Safariyanti, A. (2022). Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Imitasi (KW).
- Sain, A. (2022). Pengaruh Harga Psikologis, Desain Produk Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Cairan Pencuci Piring Mama Lemon Merek Lion Wings Oleh Ibu-Ibu Rumah Tangga Kecamatan Taebenu Di Kabupaten Kupang. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Katolik Widya Mandira Kupang.
- Setyani Hertandri Putri Tri, 2020. Dalam penelitian yang berjudul "Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Mobil All New Rio Kia Motors Indonesia (Pada PT. Radita Autoprima)
- Senggetang Vania, dkk, 2019. Dalam penelitian yang berjudul "Pengaruh Lokasi, Promosi, dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Perumahan Kawanu Emerald City Manado".
- Wea Arlina Laurensia, 2020. Dalam penelitian yang berjudul "Pengaruh Tampilan Produk, Paket Bonus, Dan Harga Psikologi Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Pada Ramayana Mall Kupang".

JURNAL

- Anwar, I., & Satrio, B. (2015). Pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 4(12).
- Bairizki, (2017) Dalam penelitian yang berjudul "Pengaruh Harga, Promosi Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dalam Meningkatkan Penjualan (Studi Kasus Pada Ud Ratna *Cake & Cookies*)".
- Djuang, Gaudensius, 2006. Motif Pelanggan Dan Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Pelanggan Dalam Menggunakan Jasa Koperasi Kredit Di Kota Kupang, Tesis Program Pasca Sarjana Universitas Brawijaya Malang.
- Fakhrudin, A. (2020). Citra Perusahaan, Citra Pemakai, Citra Produk Terhadap Loyalitas Konsumen STTKD Yogyakarta. *Jurnal Manajemen Dirgantara*, 13(1), 11-18.
- Hanifah, H. N., Hidayati, N., & Mutiarni, R. (2019). Pengaruh produk ramah lingkungan/*Green Product* dan Harga terhadap keputusan pembelian produk Tupperware. *JMD: Jurnal Riset Manajemen & Bisnis Dewantara*, 2(1), 37-44.
- Harahap, D. A. (2015). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan

pembelian konsumen di Pajak USU (PAJUS) Medan. *Jurnal keuangan dan bisnis*, 7(3), 227-242.

Senggetang, V., Mandey, S. L., & Moniharapon, S. (2019). Pengaruh Lokasi, Promosi Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Perumahan Kawanua Emerald City Manado. *Jurnal Emba: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 7(1).

Wulandari, (2022). Dalam penelitian yang berjudul "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian *Green Product*".

WEBSITE

<https://www.kajianpustaka.com/2020/02/kualitas-produk-pengertian-manfaat-dimensi-perspektif-dan-tingkatan.html>

<https://bigevo.com/blog/detail/5-faktor-keberhasilan-untuk-iklan-digital-anda>

<https://www.detik.com/jabar/berita/d-6202272/pengertian-kerangka-pemikiran-cara-membuat-beserta-contohnya#:~:text=Kerangka%20pemikiran%20adalah%20dasar%20pemikiran.seseorang%20harus%20menyiapkan%20kerangka%20pemikiran>