

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada bab sebek dapat disimpulkan sebagai berikut :

- 1) Persepsi tentang harga, merek, kualitas, lokasi dan keputusan pembelian sepeda motor bekas baik.
- 2) Harga (X1) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y). Hal ini dapat dilihat dari nilai perolehan koefisien jalur sebesar 0,253 dengan *Pvalues* sebesar 0,026. Hal ini dikarenakan *Pvalues* sebesar 0,026 < 5% maka dapat dikatakan tidak berpengaruh secara signifikan
- 3) Merek (X1) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian(Y)). Hal ini dapat dilihat dari nilai perolehan koefisien jalur sebesar 0,023 dengan *Pvalues* sebesar 0,038. Hal ini dikarenakan *Pvalues* sebesar 0,038 < 5% maka dapat dikatakan berpengaruh secara signifikan.
- 4) Kualitas (X3) tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y). Hal ini dapat dilihat dari nilai perolehan koefisien jalur sebesar 0,194 dengan *Pvalues* sebesar 0,029. Hal ini dikarenakan *Pvalues* sebesar 0,029 < 5%.
- 5) Lokasi (X4) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) Hal ini dapat dilihat dari nilai perolehan koefisien jalur sebesar 0,037 dengan *Pvalues* sebesar 0,000. Hal ini dikarenakan *Pvalues* sebesar 0,375<0,5%.

B. Saran

Berdasarkan hasil analisis data penelitian dan uraian di atas maka ada beberapa hal penting yang bisa penulis rekomendasikan kepada pemimpin Ud. Maju Jaya Motor antara lain:

1. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan menambah variabel lain yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian sehingga hasil yang didapatkan lebih baik.
2. Bagi perusahaan agar dapat meningkatkan penjualan, seperti menambahkan proses penjualan online agar lebih dikenal masyarakat luas.

DAFTAR PUSTAKA

- Wati, 2021 *Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Keputusan Pembelian Sepeda Motor Bekas Pada Diler Lestari Motor Tanjungpinang* Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pembangunan
- Sangani dan Sopiah, 2013 *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian*, Yogyakarta: Andi
- Saifudin, 2013 *Strategi Pemasaran Produk Agribisnis Peternakan*
- Kotler, p & Keller, Kil 2009. *Manajemen Pemasaran Jilid 7 Edisi tiga belas*. Penerbit Erlangga. Jakarta.
- Anggraeni & Wardhana, 2017 *Faktor-Faktor Keputusan Pembelian Sepeda motor Bekas Pada Shoroom Citra Motor*. Universitas Telkom
- Situmorang & Ferdinand, 2017 *Analisis Faktor-Faktor yang mempengaruhi Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha* Universitas Diponegoro.
- Assuri Sofyan, 2014, *Manajemen Pemasaran, Edisi Ketiga Belas*. Penerbit PT. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Nafuna, sirilius 2012, *Streategi Marketingmixedisiperdana*, absoluttemedia, Yogyakarta.
- Kotler P. 2000. *Manajemen Pemasaran Analisis, Perencanaan, Implementasi*.
- Anwar dan Mujito, 2020 *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Motor Merek Yamaha Di Kota Bogor*. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Dewantara.
- Kotler, philip. (2012). *Manajemen pemasaran, Edisi ke -13, Jilid 1*. Terjemahan: Bob sabran. Jakarta: Erlangga.
- Saladin. (2016) *Manajemen Pemasaran, Edisi Milenium 2*. Bekasi: PT. Ikrar Mandiri Abadi
- Supranto. (2006). *Pengukuran tingkat kepuasan pembelian untuk meningkatkan pangsa pasar*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Sugiyono, (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Kotler, Philip (2009). *Manajemen Pemasaran, Edisi 13*. Jakarta; Erlanga.

Alma, Buchari (2003). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Edisi 2. Bandung: Alfabeta.

Fandy Tjiptono (2008) *Strategi Pemasaran, Edisi III*, Yogyakarta: Cv. Andi Offset.

Kotler, Philip dan Armstrong ,(2004) *Dasar-dasar Pemasaran*, Edisi kesembilan, Jilid 1, New Jersey: Prentice Hall, Inc.

Jay Heiser, Barry Render, (2015). *Manajemen Operasi: Manajemen Keberlangsungan dan Rantai Pasokan-11/E*