

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan kepada permasalahan dan pertanyaan penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda di kota Padang. Dimana ditunjukkan oleh nilai koefisien sebesar 0,451. Nilai koefisien ini signifikan karena nilai t_{hitung} 4,491 > t_{tabel} sebesar 1,98. Artinya apabila harga meningkat sebesar 1 satuan, maka keputusan sepeda motor Honda di kota Padang akan meningkat sebesar 0,451 dalam setiap satuannya.
2. Citra merek berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda di kota Padang. Dimana ditunjukkan oleh nilai koefisien sebesar 0,349. Nilai koefisien ini signifikan karena nilai t_{hitung} 2,948 > t_{tabel} 1,98. Artinya, apabila Citra merek meningkat sebesar 1 satuan, maka keputusan pembelian sepeda motor Honda di kota Padang akan meningkat sebesar 0,349 dalam setiap satuannya.
3. Desain produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda di kota Padang. Dimana ditunjukkan oleh nilai koefisien sebesar 0,374. Nilai koefisien ini signifikan karena nilai t_{hitung} 3,662 > t_{tabel} sebesar 1,98. Artinya, apabila desain produk meningkat sebesar 1 satuan, maka keputusan pembelian sepeda motor

Honda di kota Padang akan meningkat sebesar 0,374 dalam setiap satuannya.

4. Kepercayaan merek berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda di kota Padang. Dimana ditunjukkan oleh nilai koefisien sebesar 0,520. Nilai koefisien ini signifikan karena nilai $t_{hitung} 3,060 > t_{tabel}$ sebesar 1,98. Artinya, apabila kepercayaan merek meningkat sebesar 1 satuan, maka keputusan pembelian sepeda motor Honda di kota Padang akan meningkat sebesar 0,520 dalam setiap satuannya.
5. Harga, citra merek, desain produk dan kepercayaan merek secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda di kota Padang. Dimana diperoleh nilai $F_{hitung} 59,661 > F_{tabel} 2,47$ dengan taraf signifikan sebesar $0,000 < \alpha = 0,05$. Hal ini berarti H_a di terima dan H_0 ditolak.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah penulis uraikan, maka untuk meningkatkan harga, citra merek, desain produk dan kepercayaan merek terhadap keputusan pembelian Sepeda Motor Honda Di Kota Padang untuk masa yang akan datang penulis menyarankan:

1. Keputusan pembelian, dimana tingkat capaian respondennya berada pada kategori baik. Maka penulis menyarankan supaya lebih bisa meningkatkan lagi keputusan pembelian sehingga tercapai suatu tujuan dalam pembelian.

2. Harga, dimana tingkat capaian responden berada pada kategori baik maka PT. Menara Agung Padang lebih memperhatikan lagi harga setiap produk-produknya sehingga dapat memenuhi keinginan konsumen baik menurunkan harga atau tetap menggunakan harga pasar.
3. Citra merek, dimana tingkat capaian responden berada pada kategori baik yaitu maka perusahaan harus memperhatikan konsumen pengguna produk sehingga dapat digunakan oleh berbagai usia di setiap kalangan telah memiliki izin mengemudi.
4. Desain produk, dimana tingkat capaian respnden berada pada kategori baik maka penulis menyarankan perusahaan harus meningkatkan lagi mengingat banyak peminat pada produk sehingga produk hendaknya tidak mudah mengalami kerusakan dalam penggunaannya di keseharian konsumen.
5. Kepercayaan merek, dimana tingkat capaian respnden berada pada kategori baik maka penulis menyarankan perusahaan harus meningkatkan lagi kepercayaan terhadap konsumen.
6. Bagi Peneliti Selanjutnya
Bagi peneliti selanjutnya dapat dijadikan rujukan dalam melakukan penelitian yang sejenis yang lebih mendalam di masa yang akan datang.

