

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Kesimpulan dari hasil penelitian menyatakan bahwa variabel Merek (X1), Harga (X2), Kualitas (X3), Style (X4) dan Jaminan (X5) berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Pengaruh atribut produk terhadap keputusan pembelian kendaraan bermotor Honda Beat sebagai berikut :

1. Secara simultan atau bersama-sama merek (X1), Harga (X2), Kualitas (X3), Style (X4), Jaminan (X5). mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian sepeda motor merek Honda Beat (Y). di PT. Tiara Megah Indah Jaya Malang
2. Secara parsial kesadaran merek (X1), Kualitas (X3), Jaminan (X5) Mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian sepeda motor merek Honda Beat (Y) di PT. Tiara Megah Indah Jaya Malang, sedangkan untuk Variabel harga (X2) dan Variabel Style (X4) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian sepeda motor merek Honda Beat (Y) di PT. Tiara Megah Indah Jaya Malang.
3. Variabel yang berpengaruh dominan terhadap keputusan pembelian Honda Beat (Y) di PT. Tiara Megah Indah Jaya Malang adalah variabel merek

5.2. Saran

Saran saran yang dapat diberikan berkaitan dengan hasil analisis dan pembahasan pada penelitian ini adalah :

1. Karena kepemilikan Merek Sepeda motor honda yang selama ini di miliki PT. Astra Honda Motor, dalam pandangan konsumen ada beberapa hal yang harus menjadi perhatian karena dalam variabel harga X2 dan style X4 mempunyai pengaruh yang tidak signifikan maka perusahaan harus memberikan penekanan strategi tertentu. Hal tersebut menjadi penting karena menjadi salah satu pertimbangan keputusan pembelian konsumen dalam memutuskan membeli produk Honda atau merek lainnya.
2. Merek sepeda motor Honda Beat secara keseluruhan adalah kuat tetapi mengingat persaingan dengan produk lain yang begitu ketat seperti pemain lama dan baru yang terus inovatif dan dinamis maka Sepeda motor Honda Beat sebagai pemegang pasar harus hati-hati dan terus meningkatkan kualitas produk-produknya.
3. Bagi peneliti selanjutnya, dianjurkan untuk menggunakan teknik statistic yang dapat menyempurnakan hasil penelitian ini. Juga penyertaan variabel-variabel lain dalam analisis ini penting untuk dipertimbangkan sehingga hasil penelitian lebih representatif. Hal lainnya, penelitian selanjutnya perlu mempertimbangkan penggunaan teknik lainnya dalam pengambilan sampel agar masing-masing kelompok konsumen bisa lebih terwakili secara baik.