

BAB V PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan pada bab sebelumnya, maka diperoleh kesimpulan yaitu:

1. Citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian sepeda motor merek Honda di Kabupaten Kudus. Hal itu dibuktikan berdasarkan pada uji t, citra merek memiliki nilai t_{hitung} sebesar 2,404, jumlah ini lebih besar dari t_{tabel} 1,6608 dengan signifikansi sebesar 0,004 atau kurang dari 0,005, maka H_1 diterima dan H_0 ditolak, dan indikator yang paling berpengaruh yaitu indikator citra merek.
2. Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian sepeda motor merek Honda di Kabupaten Kudus. Hal itu dibuktikan berdasarkan pada uji t, kualitas produk memiliki nilai t_{hitung} sebesar 3,698, jumlah ini lebih besar dari t_{tabel} 1,6608 dengan signifikansi sebesar 0,000 atau kurang dari 0,005, dalam hal ini maka H_1 diterima dan H_0 ditolak. Indikator kinerja merupakan faktor yang paling dominan atau paling berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepeda motor merek Honda di Kabupaten Kudus.
3. Desain produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian sepeda motor merek Honda di Kabupaten Kudus. Hal itu dibuktikan berdasarkan uji t, desain produk memiliki nilai t_{hitung} sebesar 6,673, jumlah ini lebih besar dari t_{tabel} 1,6608 dengan signifikansi sebesar 0,000 atau kurang dari 0,005. Dalam hal ini maka H_1 diterima dan H_0 ditolak, dan indikator model merupakan indikator yang paling dominan yang mempengaruhi konsumen dalam pengambilan keputusan pada konsumen di Kabupaten Kudus.

B. Keterbatasan Penelitian

Pada penelitian ini penulis memiliki keterbatasan yang berdampak pada hasil penelitian yang dilakukan. Keterbatasan penelitian ini antara lain sebagai berikut:

1. Pada penelitian ini hanya menggunakan sebanyak 100 sampel, sedangkan konsumen sepeda motor merek Honda di Kudus secara keseluruhan tidak diketahui secara pasti jumlahnya. Sehingga hasil penelitian ini tidak bisa dijadikan sebagai sebuah acuan secara penuh kaitannya dengan pendapat konsumen sepeda motor merek Honda di Kudus.
2. Pada penelitian ini peneliti hanya menguji sebanyak tiga hipotesis saja yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepeda motor di Kudus, dan keputusan pembelian juga bisa dipengaruhi oleh faktor lain diluar penelitian ini.
3. Penggalan sumber data pada penelitian ini dilakukan hanya dengan data primer berupa penyebaran angket saja, dan tidak dari hasil wawancara secara pribadi kepada konsumen motor Honda di Kudus.

C. Saran

Demikian akhir dari penulisan skripsi ini, semoga bermanfaat bagi pembaca dan sekaligus memberikan beberapa manfaat, saran maupun masukan antara lain:

1. Bagi perusahaan agar selalu mempertahankan dan atau meningkatkan citra merek, kualitas produk, dan desain produk sepeda motor merek Honda yang saat ini masih dan banyak diminati oleh konsumen, agar dimasa mendatang konsumen yang sudah loyal terhadap perusahaan masih tetap dan justru semakin meningkat.
2. Bagi pembaca sekaligus konsumen, ketika menentukan sebuah keputusan pembelian diharapkan mengetahui kelebihan dan kekurangan produk itu sendiri sebagai bahan pertimbangan dalam menentukan sebuah keputusan pembelian.
3. Diharapkan penelitian ini bisa melengkapi penelitian sebelumnya, dan untuk penelitian selanjutnya diharapkan dapat menggunakan hipotesis lain selain

hipotesis yang telah diteliti penulis kali ini, agar semakin menambah wawasan bagi pembaca.

D. Penutup

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan kesempatan pada penulis untuk menyelesaikan penyusunan skripsi ini. Segala aspek telah penulis curahkan kedalam karya tulis ini, namun karena keterbatasan oleh penulis, skripsi ini mungkin masih terdapat kekurangan bagi pembaca. Oleh karena itu kritik maupun saran dari pembaca sangat diharapkan penulis demi kelengkapan atau kesempurnaan skripsi ini.

Ucapan terimakasih juga penulis sampaikan kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan baik berupa tenaga, fikiran, waktu, maupun do'a. Penulis berharap skripsi yang sangat sederhana ini bisa bermanfaat. Aamiin Ya Rabbal Aalamiin.