

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan mengenai harga, kualitas produk, citra merek, dan keputusan pembelian dan distribusi terhadap keputusan pembelian produk sepeda motor Honda di Kabupaten Bekasi. peneliti menarik kesimpulan sebagai berikut ini:

1. Berdasarkan pada uji-t (parsial) menunjukkan bahwa ada pengaruh harga terhadap keputusan pembelian produk sepeda motor Honda di Kabupaten Bekasi. Hal ini dibuktikan dengan nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $4,696 > 0,198045$ ) dengan tingkat signifikan  $0,002 < 0,05$ . Maka  $H_0$  ditolak atau  $H_a$  diterima yang berarti bahwa secara parsial harga ( $X_1$ ) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian ( $Y$ ).
2. Berdasarkan pada uji-t (parsial) menunjukkan bahwa ada pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk sepeda motor Honda di Kabupaten Bekasi. Hal ini dibuktikan dengan nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $0,199 > 0,198045$ ) dengan tingkat signifikan.  $0,843 < 0,05$  Maka  $H_0$  ditolak atau  $H_a$  diterima yang berarti bahwa secara parsial kualitas produk ( $X_2$ ) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian ( $Y$ ).
3. Berdasarkan pada uji-t (parsial) menunjukkan bahwa ada pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian produk sepeda motor Honda di

Kabupaten Bekasi. Hal ini dibuktikan dengan nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $1,243 > 0,198045$ ) dengan tingkat signifikan  $0,217 > 0,05$  Maka  $H_0$  ditolak atau  $H_a$  diterima yang berarti bahwa secara parsial citra merek ( $X_3$ ) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian ( $Y$ ).

4. Berdasarkan pada uji-f (simultan) menunjukkan bahwa terdapat pengaruh harga, kualitas produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian produk sepeda motor Honda di Kabupaten Bekasi. Hal ini dibuktikan dengan nilai  $f_{hitung} > f_{tabel}$  ( $9,762 > 2,68$ ) dengan tingkat signifikan  $0,000 < 0,05$  atau nilai signifikansi lebih kecil dari  $0,05$ , Maka dari itu  $H_0$  ditolak atau  $H_a$  diterima.
5. Berdasarkan analisa korelasi diperoleh angka R sebesar 4,51 menunjukkan bahwa terjadi hubungan yang kuat antara harga, kualitas produk, dan citra merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen produk sepeda motor Honda di Kabupaten Bekasi.
6. Sedangkan dengan analisa determinasi ( $R^2$ ) diperoleh angka  $R^2$  ( $0,203$ ) atau ( $20,3\%$ ) Maka hal ini berarti mengungkapkan bahwa pengaruh variabel harga ( $X_1$ ), kualitas produk ( $X_2$ ) dan citra merek ( $X_3$ ) terhadap keputusan pembelian produk sepeda motor Honda di Kabupaten Bekasi ( $Y$ ).

## 5.2 Saran

1. Bagi Perusahaan Honda
  - a. Bagi Perusahaan Honda untuk dapat mempertahankan dan meningkatkan kualitas produk dan citra merek. Hal ini dikarenakan konsumen dalam penelitian ini terpengaruh oleh kualitas produk, citra merek dalam hal Keputusan pembelian produk sepeda motor Honda di Kabupaten Bekasi.

2. Penelitian ini diharapkan dapat di jadikan refrensi untuk penelitian selanjutnya, seperti menambahkan variabel kualitas pelayanan, minat beli, loyalitas konsumen, dan sebagainya.
3. Penelitian ini diharapkan dapat digunakan untuk memperkaya wawasan pengetahuan, serta dapat melengkapi literatur mengenai pengaruh harga, kualitas produk, dan citra merek terhadap keputusan pembelian produk sepeda motor Honda di Kabupaten Bekasi.

