

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Didasarkan hasil penelitian dan analisis, peneliti menyimpulkan:

1. Kualitas Produk (X1), Citra Merek (X2) dan Harga (X3) berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian (Y) di Sentral Yamaha Malang.
2. Kualitas Produk (X1), Citra Merek (X2) dan Harga (X3) berpengaruh signifikan secara simultan terhadap keputusan pembelian (Y) di Sentral Yamaha Malang.
3. Variabel Kualitas Produk (X1) yakni variabel memiliki pengaruh dominan terhadap keputusan pembelian (Y) di Sentral Yamaha Malang melalui perolehan data beta hitung lebih besar dari pada variabel citra merek (X2) dan harga (X3), hal ini dikarenakan konsumen menilai bahwa kualitas yang didapatkan setara dengan harga produk.

B. Saran

1. Dari variabel Kualitas Produk (X1) disarankan kepada perusahaan Yamaha untuk meningkatkan performa mesin sesuai yang telah dijanjikan agar dapat memenuhi kebutuhan konsumen.
2. Dari variabel Citra Merek (X2) disarankan kepada perusahaan Yamaha untuk meningkatkan jumlah iklan serta selalu menggunakan slogan “Yamaha Semakin Di Depan” dalam setiap iklannya, sehingga dengan mengingat slogan Yamaha masyarakat akan memprioritaskan motor

Yamaha dibandingkan motor merek lain.

3. Dari variabel Harga (X3) disarankan kepada Sentrat Yamaha Malang untuk memberikan promo seperti potongan harga atau cicilan 0%. diharapkan dengan memberikan promosi maka memantapkan keputusan konsumen membeli motor Yamaha.
4. Diharapkan peneliti selanjutnya mengembangkan ataupun menambahkan variabel yang memengaruhi keputusan pembelian seperti promosi dengan melihat referensi yang relevan.

Daftar Pustaka

- Adonis, M. R., & Silintowe, Y. B. (2021). Desain Produk, Kualitas Produk, Citra Merek Dan Harga Produk Terhadap Keputusan Pembelian Generasi Y. *Jurnal Capital: Kebijakan Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, Vol 3 No 1
- Akbar, S. (2015). *Instrumen Perangkat Pembelajaran*. Bandung : Remaja Rosda Karya.
- Alim, W. S., Lailisna, N. N., Elisanti, A. D., & Dewa, P. K. (2021). *Mudahnya Memahami Metode Penelitian*. Bojonegoro: Cv. Agrapana Media .
- Arjuna, H., & Ilmi, S. (2019). Effect Of Brand Image, Price, And Quality Of Product On The Smartphone Purchase Decision. *Ekbis: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, Vol. 3 No. 2.
- Azwar, & Saifudin. (2014). *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Dr. M. Anang Firmansyah, S. M. (2019). *Pemasaran Produk Dan Merek*. Indonesia: Cv. Penerbit Qiara Media.
- Dwitama, F. (2021). The Influence Of Product Quality, Price, Brand Image And Promotion On The Purchase Decision Of Xiaomi Smartphone Products In Depok City. *International Journal Of Science, Technology & Management*, Vol. 2 No. 6.
- Enru, M. B., Kalangi, J. A., & Walangitan, O. F. (2021). Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di Bengkel Planet Motor Tumpaan. *Productivity*, Vol. 2 No. 7.
- Ernawati, D. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Inovasi Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hi Jack Sandals Bandung. *Jurnal Wawasan Manajemen*, Vol. 7 No 1.
- Grindoto.Com. (2023, November 8). *Jangan Kaget, Segini Total Penjualan Motor Di Indonesia Sepanjang 2023*. Diambil Kembali Dari Grindoto.Com: <https://www.gridoto.com/read/223939335/jangan-kaget-segini-total-penjualan-motor-di-indonesia-sepanjang-2023>
- Hidayah, E. N., & Rahmawan, G. (2021). The Influence Of Product Quality, Price, Product Innovation And Brand Image On Purchasing Decisions Of Instant Noodles In Indonesia. *Jrbee: Journal Of Research In Business, Economics, And Education*, Vol. 3 No. 1.
- Ibrahim, A., Alang, A. H., Madi, Baharuddin, Ahmad, M. A., & Darmawati. (2018). *Metodologi Penelitian*. Makaasar: Gunadarma Ilmu.
- Imam Ghozali, P. H. (2019). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Ibm Spss 24*.

Diponegoro: Universitas Diponegoro.

- Jakpat. (2023, November 23). *Jakpat*. Diambil Kembali Dari <https://Blog.Jakpat.Net>: <https://Blog.Jakpat.Net/Motorcycle-Use-In-Indonesia/>
- Kotler, P., Armstrong, G., & Balasubramania, S. (2024). *Principles Of Marketing*. United Kingdom: Pearson Education Limited.
- Kumbara, V. B. (2021). Determinasi Nilai Pelanggan Dan Keputusan Pembelian: Analisis Kualitas Produk, Desain Produk Dan Endorse. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, Vol. 2 No. 5 .
- Lisdiana, N. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Kepercayaan, Dan Keamanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Secara Online Di Online Shop Lazada. *Jesya (Jurnal Ekonomi Dan Ekonomi Syariah)*, Vol 4 No 2.
- Maiza, F., Sutardjo, A., & Hadya, R. (2022). Pengaruh Kualitas Dan Harga Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Toko Nazurah Hijab Di Kubang Tungkek Kabupaten Lima Puluh Kota. *Jurnal Matua*, Vol. 4, No. 2.
- Malang, B. P. (2024, Maret 5). *Badan Pusat Statistik Kota Malang*. Diambil Kembali Dari <https://Malangkota.Bps.Go.Id>: <https://Malangkota.Bps.Go.Id/Subject/17/Transportasi.Html#Subjekviewta b5>
- Maulida, N., & Maya, S. (2020). Apakah Harga Dan Brand Image Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian? *Business Innovation And Entrepreneurship Journal*, Vol 2 No.3.
- Nasution, S. L., Limbong, C. H., & Nasution, D. A. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Kepercayaan, Kemudahan, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Shopee. *Ecobisma (Journal Of Economics, Business And Management)*, Vol 7, No 1 .
- P, M. A. (2021). *Metodologi Penelitian*. Banjarmasin: Kalimantanmuha.
- Patimah, S., Hasyim, M., Sukri, S. A., Hadayanti, D., & Hendrajaya. (2023). Analysis The Influence Of Price, Promotion, Distribution, Product Quality And Brand Image On Purchase Decision Of Cereal Product. *Jemsi (Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi)*, Vol. 9 No. 1.
- Randika, F., As'ad, A. G., & Muhammad, Y. A. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening Pada Bengkel Lancar Motor Klabang Bondowoso. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Growth*, Vol. 20 No. 1.
- Reinaldo, I., & Chandra, S. (2020). The Influence Of Product Quality, Brand Image, And Price On Purchase Decision At Cv Sarana Berkat Pekanbaru. *Journal Of Applied Business And Technology*, Vol. 1 No. 2.

- Research Methods For Business; A Skill-Building Approach*. (2016). United Kingdom: John Wiley & Sons Ltd.
- Ristanti, A., & Iriani, S. S. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Nature Republic Di Surabaya. *Jurnal Ilmu Manajemen*, Vol. 8 No. 3.
- Rizky, M. A., Arifin, R., & Hufron, M. (2019). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk, Citra Merek Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Susu Indomilk. *E-Jrm (Elektronik Jurnal Riset Manajemen)*, Vol. 08 No. 11.
- Romadon, A. S., Pramusinto, M. A., & Kamelia, S. N. (Vol. 21, No. 3). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Shopee. *Jurnal Ilmiah Bidang Ilmu Ekonomi*, 2023.
- Santoso, S. (2016). *Panduan Lengkap Spss Versi 23*. Jakarta : Elex Media Komputindo.
- Sawlani, D. K. (2022). *Digital Marketing: Brand Images*. Jakarta: Scopindo Media Pustaka.
- Statistik, B. P. (2024, Februari 29). *Badan Pusat Statistik*. Diambil Kembali Dari <https://www.bps.go.id>: <https://www.bps.go.id/id/statistics-table/2/ntcjmg==/perkembangan-jumlah-kendaraan-bermotor-menurut-jenis--unit-.html>
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Pt Alfabeta.
- Sugiyono, P. D. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan Rnd*. Bandung: Alfabet. Cv.
- Wiyata, M. T., & Kusnara, H. P. (2022). Analisis Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pt Surganya Motor Indonesia Bandung. *Eqien- Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, Vol 11 No 03 .