

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan analisis data yang sudah dilakukan di bab IV, bisa diambil beberapa kesimpulan di antaranya:

1. Bahwa harga mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen sepeda motor Honda.
2. Bahwa kualitas produk mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen sepeda motor Honda.
3. Bahwa citra merek mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen sepeda motor Honda.
4. Bahwa harga, kualitas produk dan citra merek secara simultan mempunyai pengaruh positif serta signifikan terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda.

B. Saran

Dari hasil riset ini, penulis mengusulkan beberapa saran di antaranya:

1. Harga menjadi faktor yang pertama kali diperhatikan konsumen ketika akan membeli produk. Karenanya, perusahaan Honda harus mampu menjaga harga produknya supaya selalu dapat bersaing dipasaran.
2. Perusahaan Honda juga hendaknya selalu mempertahankan kualitas serta senantiasa meningkatkan inovasi-inovasi supaya selalu menjadi produsen sepeda motor terdepan di Indonesia.
3. Semoga perusahaan Honda dapat mempertahankan citra positif merek Honda yang sudah terbangun sehingga Honda selalu diminati oleh konsumen.
4. Untuk peneliti lain yang akan menjalankan penelitian dengan topik serupa, sebaiknya bisa memberikan tambahan berupa variabel independen lainnya, contoh layanan purna jual, *celebrity endorsment*, desain produk dan sebagainya. Selain itu juga bisa menambah jumlah sampel penelitian supaya riset yang dijalankan dapat semakin luas dan bervariasi.