

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan atas penelitian yang dilakukan pada masyarakat kota Palembang sekaligus konsumen produk sepeda motor merek Honda Beat mengenai pengaruh Kualitas Produk, Kepercayaan Merek dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian motor merek Honda Beat di kota Palembang, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Kualitas Produk berpengaruh dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Motor Merek Honda Beat di Kota Palembang. Dengan Hasil Kualitas Produk (X1) sebesar 7,782 hal ini berarti  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $7,782 > 1,659$ ) dengan signifikansi  $0,000 < 0,05$ .. Hal ini berarti, semakin baik Kualitas Produk maka semakin meningkat keputusan pembelian konsumen terhadap produk motor merek Honda Beat.
2. Kepercayaan Merek berpengaruh dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Motor Merek Honda Beat di Kota Palembang. Dengan Hasil Kepercayaan Merek (X2) sebesar 2,620 hal ini berarti  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $2,620 > 1,659$ ) dengan signifikansi  $0,010 < 0,05$ .. Hal ini berarti, semakin baik Kepercayaan Merek terhadap suatu produk maka semakin meningkat keputusan pembelian konsumen terhadap produk motor merek Honda Beat.
3. Promosi berpengaruh dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Motor Merek Honda Beat di Kota Palembang. Dengan Hasil Promosi

(X3) sebesar 3,519 hal ini berarti  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $3,519 > 1,659$ ) dengan signifikansi  $0,001 < 0,05$ . Hal ini berarti, semakin baik Promosi yang dilakukan maka semakin meningkat keputusan pembelian konsumen terhadap produk motor merek Honda Beat.

4. Berdasarkan pengujian secara simultan, hasil penelitian membuktikan bahwa variabel bebas Kualitas Produk (X1), Kepercayaan Merek (X2) dan Promosi (X3) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat Keputusan Pembelian (Y) besarnya pengaruh dapat dilihat dari hasil pengujian secara simultan variabel bebas terhadap variabel terikat dengan nilai  $F_{hitung} 47,916 > F_{tabel} 2,69$  dan signifikansi  $0,000 < 0,05$  yang artinya semua variabel bebas berpengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat.

## **B. Saran**

Berdasarkan hasil dari penelitian, pembahasan dan simpulan yang diperoleh, maka peneliti memberikan saran sebagai berikut:

1. Bagi PT. Astra Honda Motor (Produsen motor Honda beat)
  - a. Terkait dengan kualitas produk, produsen diharapkan lebih meningkatkan dan mengembangkan kualitas produk sesuai dengan perkembangan kondisi dan teknologi untuk memenuhi kebutuhan konsumen, untuk seterusnya saran ini dapat dijadikan pelajaran agar perusahaan mampu mempertahankan eksistensinya.
  - b. Terkait dengan kepercayaan merek, produsen diharapkan memberikan produk yang terbaik terhadap konsumen dan meminimalisir kesalahan

agar terus mendapatkan kepercayaan konsumen untuk membangun loyalitas terhadap merek.

- c. Terkait dengan promosi, produsen diharapkan lebih meningkatkan daya tarik dalam promosi agar dapat tetap bersaing dan beriringan dengan kompetitor lainnya.

## 2. Bagi Penulis/Peneliti

- a. Penulis/peneliti perlu mengadakan perbaikan lebih lanjut, terlebih pada penambahan variabel yang belum ada guna menyempurnakan keakuratan penelitian.
- b. Penulis /peneliti diharapkan dapat melakukan lebih banyak penelitian lain secara teoritis.