

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan maka di dapatkan beberapa kesimpulan sebagai berikut

1. Berdasarkan analisis parsial ternyata hasil penelitian membuktikan bahwa semua variable independen (kualitas produk, harga, dan promosi) mempunyai pengaruh positif terhadap variable dependen yaitu keputusan pembelian sepeda Honda CB 150 R di Astra Honda Motor Cendana Purwodadi.
2. Berdasarkan pengujian secara simultan ternyata hasil penelitian membuktikan bahwa semua independen (kualitas produk, harga dan promosi) secara simultan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variable dependen yaitu keputusan pembelian.
3. Hasil pengujian analisis linier berganda menunjukkan semua variable independen (kualitas produk, harga dan promosi) berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Pengaruh positif terbesar terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda CB 150 R di Astra Honda Motor Cendana Purwodadi adalah pada variabel promosi ( $X_3$ ) hal ini ditunjukkan dari nilai koefisien regresi sebesar 0,465 kemudian diikuti oleh variabel harga ( $X_2$ ) yang ditunjukkan dari nilai koefisien regresi sebesar

0,446 yang terakhir adalah variable kualitas produk ( $X_1$ ) yang ditunjukkan dari nilai koefisien regresi adalah 0,357.

Persamaan regresinya adalah  $Y = 0,785 + 0,357X_1 + 0,446 X_2 + 0,465 X_3$ .

Berdasarkan hasil pembahasan menunjukkan bahwa tingkat kepuasan pembelian sepeda motor terhadap harga, promosi dan produk secara parsial menunjukan adanya pengaruh yang signifikan dan secara individual menunjukan adanya pengaruh signifikan terhadap pembelian sepeda motor Honda CB 150 R di Astra Honda Motor Cendana Purwodadi.

Hasil dari analisis regresi berganda menunjukan asumsi–asumsi normalitas, autokorelasi, heterokedatisitas, dan multikolineritas tidak terjadi penyimpangan. masing-masing hipotesis yang di gunakan dalam pengujian uji t adalah sebagai berikut:

H1: Kualitas produk berpengaruh secara positif terhadap keputusan pembelian Honda CB 150 R.

H2: Harga berpegaruh secara positif terhadap keputusan pembelian Honda CB 150 R.

H3: Promosi berpengaruh secara positif terhadap keputusan pembelian Honda CB 150 R.

## 5.2 Saran

Adapun saran untuk penelitian selanjutnya yaitu: peneliti disarankan untuk menambah variable independen supaya mendapatkan model yang lebih baik dan memperoleh nilai  $R^2$  yang besar.