

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan analisis data yang telah dilakukan pada bab sebelumnya mengenai Harga, Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian mobil Hyundai Creta pada PT. Sun Mega Motor Puri Anjasmoro Semarang dapat disimpulkan :

1. Hipotesis (H_1) diterima. Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian mobil Hyundai Creta pada PT. Sun Mega Motor Puri Anjasmoro Semarang. Ada pengaruh positif dan signifikan antara persepsi harga terhadap keputusan pembelian. Hal ini dibuktikan dengan nilai koefisien sebesar $6,673 > 1,66$ dan nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$. Hal ini berarti semakin baik harga yang ditawarkan maka semakin meningkat Keputusan Pembelian konsumen. Sebaliknya semakin buruk harga yang ditawarkan maka semakin menurun keputusan pembelian konsumen. Menurut (MS Anam, 2021) harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Produk Hand and Body Lotion Merek Citra (Studi Kasus pada Mahasiswa IAIN Salatiga). Menurut (OD Abdillah, 2021) Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Pada Sorum Rudi Mobil Malang (Studi Kasus Pada Konsumen Sorum Rudi Mobil Malang).
2. Hipotesis (H_2) diterima. Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian mobil Hyundai Creta pada PT. Sun Mega Motor Puri Anjasmoro Semarang. Ada pengaruh positif dan signifikan antara

Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian. Hal ini dibuktikan dengan nilai koefisien sebesar $5,843 > 1,66$ dan nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$. Hal ini berarti semakin baik Kualitas Produk maka semakin meningkat Keputusan Pembelian konsumen. Sebaliknya semakin buruk Kualitas Produk maka semakin menurun keputusan pembelian konsumen. Menurut (MS Anam, 2021) kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Produk Hand and Body Lotion Merek Citra (Studi Kasus pada Mahasiswa IAIN Salatiga). Menurut (OD Abdillah, 2021) kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Pada Sorum Rudi Mobil Malang (Studi Kasus Pada Konsumen Sorum Rudi Mobil Malang).

3. Hipotesis (H_3) diterima. Citra Merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian mobil Hyundai Creta pada PT. Sun Mega Motor Puri Anjasmoro Semarang. Ada pengaruh positif dan signifikan antara Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian. Hal ini dibuktikan dengan nilai koefisien sebesar $2,128 > 1,66$ dan nilai signifikan sebesar $0,037 < 0,05$. Hal ini berarti semakin baik Citra Merek maka semakin meningkat Keputusan Pembelian konsumen. Sebaliknya semakin buruk Citra Merek maka semakin menurun keputusan pembelian konsumen. Menurut (MS Anam, 2021) brand image juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Produk Hand and Body Lotion Merek Citra (Studi Kasus pada Mahasiswa IAIN Salatiga). Menurut (EP Ambarwati, 2018) Citra merek memiliki pengaruh yang positif terhadap keputusan pembelian dengan Variabel Citra

Merek Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Konsumen Toyota Avanza Nasmoco Majapahit Kota Semarang).

4. Hipotesis (H_4) diterima. Variabel Harga, Kualitas Produk dan Citra Merek berpengaruh positif signifikan secara simultan terhadap keputusan pembelian hal ini di buktikan dengan hasil uji F diperoleh nilai hitung sebesar $108,778 >$ dari F_{tabel} sebesar $2,70$ dengan nilai probabilitas sebesar $0,000 <$ dibandingkan tingkat *alpha* 5% atau $0,05$. Menurut (MS Anam, 2021) secara simultan kualitas produk, harga dan brand image berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk hand and body lotion merek Citra. Menurut (OD Abdillah, 2021) Citra merek, Harga, Promosi dan kualitas produk berpengaruh secara simultan terhadap terhadap keputusan pembelian Pada Sorum Rudi Mobil Malang (Studi Kasus Pada Konsumen Sorum Rudi Mobil Malang).

5.2 Saran

1. Untuk penelitian selanjutnya agar dapat menambahkan variabel lain yang belum ada dalam penelitian ini atau meneliti variabel – variabel lain yang mempengaruhi Keputusan Pembelian.
2. Penelitian ini hanya dilakukan pada konsumen yang telah membeli mobil Hyundai Creta pada PT. Sun Mega Motor Puri Anjasmoro Semarang, untuk penelitian selanjutnya diharapkan dapat meneliti untuk cakupan yang lebih luas.
3. Bagi PT. Sun Mega Motor Puri Anjasmoro Semarang diharapkan pada penelitian ini dapat mengaplikasikan dengan baik bauran pemasaran dalam variabel Harga, Kualitas Produk dan Citra Merek.

