

BAB V

KESIMPULAN, IMPLIKASI, DAN SARAN

A. Kesimpulan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara harga dan citra merek dengan keputusan pembelian sepeda motor Honda pada mahasiswa Program Studi Pendidikan Tata Niaga di Universitas Negeri Jakarta. Hal ini berdasarkan hasil perhitungan sebelumnya, sebagai berikut:

1. Berdasarkan nilai koefisien determinasi (*adjusted R square*) sebesar 0,517 atau 51,7% yang artinya variabel bebas dalam penelitian ini secara bersama – sama mampu mempengaruhi perubahan keputusan pembelian sebesar 51,7%.
2. Berdasarkan tabel Coefficients, nilai t_{hitung} Harga (X_1) sebesar $(4.243) > t_{tabel}$ $(2,021)$ dan Sig $(0,000) < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa secara parsial hipotesis H_1 diterima dan menolak H_{01} . Hal ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan signifikan antara harga dengan keputusan pembelian.
3. Berdasarkan tabel Coefficients, nilai t_{hitung} Citra Merek (X_2) sebesar $(3.349) > t_{tabel}$ $(2,021)$ dan Sig $(0,002) < 0,05$ sehingga keputusan yang dapat diambil adalah menerima H_2 dan menolak H_{02} . Dengan kata lain terdapat hubungan yang signifikan antara citra merek dengan keputusan pembelian.

4. Berdasarkan hasil uji ANOVA atau Uji F, $F_{hitung} (24.036) > F_{tabel} (3,20)$ artinya H_0 ditolak sehingga dapat disimpulkan harga dan citra merek secara bersama berpengaruh terhadap keputusan pembelian.
5. Sehingga dapat dikatakan bahwa harga dan citra merek memiliki hubungan signifikan dengan keputusan pembelian.

B. Implikasi

Variabel harga menurut tinjauan peneliti, secara keseluruhan harga dari sepeda motor Honda mendapatkan hasil yang positif di mata konsumen. Namun ada beberapa respon negative dari konsumen. Yang pertama Konsumen beranggapan masih banyak sepeda motor Honda yang masih lebih baik dan murah. Jadi dalam hal ini sepeda motor Honda harus lebih memperhatikan harga yang sesuai dengan citra merek produknya.

Berdasarkan kesimpulan yang telah dikemukakan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara harga dan citra merek dengan keputusan pembelian sepeda motor Honda pada mahasiswa Program Studi Pendidikan Tata Niaga di Universitas Negeri Jakarta. Hal ini membuktikan bahwa harga dan citra merek merupakan salah satu faktor yang menentukan keputusan pembelian. Sehingga dapat menyesuaikan harga dengan citra merek produknya sehingga dapat terus meningkatkan keputusan pembelian secara signifikan.

Dari hasil pengolahan data, terlihat bahwa harga dan citra merek yang diberikan Honda dengan sepeda motornya berpengaruh dan berhubungan dengan keputusan pembelian.

C. Saran

Berdasarkan kesimpulan dan implikasi yang dikemukakan di atas, saran-saran yang kiranya dapat diberikan oleh peneliti dalam meningkatkan keputusan pembelian adalah:

1. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, Honda dalam menjual produk sepeda motornya sebaiknya tidak menjual harga yang terlalu tinggi sehingga kalah dengan pesain lain yang lebih murah sehingga dapat mempengaruhi peningkatan keputusan pembelian konsumen.
2. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, Honda selalu memberikan citra merek produk sepeda motor nya sehingga dapat mempengaruhi peningkatan keputusan pembelian konsumen.