

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan citra merek terhadap keputusan pembelian konsumen Satria FU di Klaten. Hal ini dibuktikan dengan nilai t hitung sebesar 7,320 dan nilai signifikansi 0,000 lebih kecil dari 0,05.
2. Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen Satria FU di Klaten. Hal ini dibuktikan nilai t hitung sebesar 4,431 dan nilai signifikansi 0,000 lebih kecil dari 0,05.
3. Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan citra merek dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen Satria FU di Klaten. Hasil uji (R^2) diperoleh nilai sebesar 44,3%, persamaan regresi berganda diperoleh $Y = 6,933 + 0,426 X_1 + 0,317 X_2 + e$. hal ini berarti semakin sesuai citra merek dan kualitas produk maka semakin tinggi pula keputusan pembelian konsumen sepeda motor Satria FU di Klaten.

B. Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini sudah dilakukan seoptimal mungkin, namun karena banyak faktor yang membuat penelitian ini masih terdapat beberapa kekurangan antara lain :

1. Penelitian ini belum dapat mengungkapkan secara keseluruhan faktor-faktor yang dapat memengaruhi keputusan pembelian konsumen Satria FU di Klaten. Penelitian ini hanya dapat menemukan 44,3% dari faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian konsumen Satria FU di Klaten, sehingga masih terdapat 55,7% yang belum dapat diketahui dari faktor-faktor lain yang memengaruhi keputusan pembelian konsumen Satria FU di Klaten.
2. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan teknik kuesioner, sehingga kemungkinan pengisian angket dapat bersifat subjektif. Lebih baik apabila ditambahkan metode lain, seperti wawancara kepada responden langsung sehingga data lebih akurat.

C. Saran

1. Bagi perusahaan Suzuki Indonesia

Disarankan bagi produsen Satria FU untuk dapat mempertahankan dan meningkatkan citra merek dan kualitas produk. Hal ini dikarenakan konsumen dalam penelitian ini terpengaruh oleh citra merek dan kualitas produk dalam hal keputusan pembelian Satria FU.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya yang ingin meneliti atau melanjutkan penelitian ini, disarankan untuk dapat meneruskan penelitian ini dengan mencari variabel-variabel lain yang memengaruhi keputusan pembelian konsumen Satria FU selain variabel citra merek dan kualitas produk, misalnya variabel harga, iklan atau variabel penelitian lainnya yang dapat memengaruhi keputusan pembelian konsumen Satria FU.

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, David A. 1997. *Manajemen Ekuitas Merek*. Jakarta: Spektrum Mitra Utama.
- _____ (2003). *Manajemen Ekuitas Merek*. Alih bahasa oleh Aris Ananda. Jakarta. Mitra Utama.
- Arikunto. Suharsimi. (2010). *Prosedur Penelitian suatu Pendekatan Praktek*. Yogyakarta: Rineka Cipta.
- Arifin. (2009). "Pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen (studi pada warga Perumnas Sawojajar pelanggan koran Jawa Pos Radar Malang)". *Skripsi*. Universitas Brawijaya.
- Arif Nugoho, Fajar. (2010). "pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian telepon seluler nokia (studi kasus pada counter jambe sell demak)". *Skripsi*. Universitas Diponegoro.
- Hadi. Sutrisno. (2000). *Analisis Regresi*. Yogyakarta.
- [Http://www. okezone.com.html](http://www.okezone.com.html). diakses pada tanggal 17 Februari 2012.
- [Http://www. otomotifnet.com.html](http://www.otomotifnet.com.html) diakses pada tanggal 3 Maret 2012.
- [Http://www. radarbekasi.com](http://www.radarbekasi.com).diakses pada tanggal 2 Februari 2012.
- Ghozali, Imam. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kotler, Phillip. (1997). *Manajemen Pemasaran Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Kontrol*. Jilid 2. Jakarta : PT Prenhalindo.
- _____ (2000). *Manajemen Pemasaran*. Edisi Milenium. Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- _____ (2002). "Manajemen Pemasaran". (edisi millennium). Jilid I. Jakarta: PT. Indeks kelompok Gramedia.
- Kotler, Philip dan Armstrong. (2004) *Principles of Marketing*, Tenth Edition, Pearson Prentice Hall , New Jersey.

- _____ (2006).”*Manajemen Pemasaran*”. Jilid I, Jakarta : Prehalindo.
- Kotler, dan Keller. (2007).”*Manajemen Pemasaran*”. (Benyamin Molan: Terjemahan). Edisi 12. Jakarta : PT. Perca.
- Kotler, Philip dan Armstrong.(2008). *Prinsip-prinsip pemasaran*. Edisi 12. Jilid 1&2. (Bob Sabran, M.M. Terjemahan). Jakarta : Penerbit Erlangga.
- Krismanto. (2010). “Pengaruh Citra Merek Honda Vario Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Suatu Studi Pada Cv.Gemilang Makmur Abadi Cabang Katapang-Bandung)” *Skripsi*. Universitas Komputer Indonesia.
- Lubis, Rosinta. (2010).”Analisis Citra Merek Yamaha Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Pt Arista Mitra Lestari Di Bandar Lampung)” *Skripsi*. Universitas Lampung
- Dewi Intani, Recha Septian. (2011). “Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Konsumen Membeli Produk Sepeda Motor Merek Honda (Studi Pada Pemilik Sepeda Motor Honda Di Desa Sutojayan Pakisaji Malang)” *Skripsi*. Universitas Muhammadiyah Malang.
- Dinawan. Rhendria, M. (2010). “ Analisis Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen Yamaha Mio Pt Harpindo Jaya Semarang)” *Tesis*. Universitas Diponegoro.
- Masfuana Triastuti. (2011). “Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Yamaha Mio (Studi Pada Harpindo Jaya Rembang)” *Tesis*. Universitas Diponegoro.
- Masyitoh, Dewi. (2009). “Pengaruh Pengaruh Promosi Dan Citra Merek (*Brand Image*) Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Honda Jazz Pada Pt. Istana Cenderawasih Motor Semarang” *Skripsi*. Universitas Diponegoro.
- Mita Kusumawardani, Sindy. (2010).”Pengaruh *Brand Image* terhadap Keputusan Pembelian laptop merek Axioo (Studi pada pemilik laptop merek Axioo di kedai kopi hotspot AB3 Dinoyo Malang)” *Skripsi*. Universitas Brawijaya.
- Munawaroh, Siti, RR. (2011). “Pengaruh Kualitas Produk, Promosi dan Desain terhadap Keputusan Pembelian kendaraan bermotor Yamaha mio di banjarbaru Kalimantan selatan” *jurnal manajemen dan akuntansi*. (Vol. 12 No. 2 Tahun 2004)
- Purwanto, Asih. (2008). “Pengaruh Kualitas Produk, Promosi Dan Desain Terhadap Keputusan Pembelian Kendaraan Bermotor Yamaha Mio” *Skripsi*. Universitas Muhammadiyah Surakarta.

- Rangkuti. (2002). *The Power of Brands*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Rosa, Adelina.(2011).”Pengaruh *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pizza Hut semeru malang”. *skripsi*. Universitas Muhammadiyah Malang.
- Setyawan, Agung, budi (2011). “ Pengaruh *Brand Image* dan Kualitas Produk terhadap Loyalitas Konsumen Produk Dji Sam Soe di Kecamatan Depok, Sleman”. *Skripsi*. Universitas Negeri Yogyakarta.
- Setioko, Dhanang. (2010).”Pengaruh Kualitas Produk, Harga, *Display*, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian kaos In Tee-Shirt”. *Skripsi*. Universitas Negeri Yogyakarta.
- Sudarmanto, Gunawan. (2005). *Analisis Regresi Linier Berganda*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Sugiyono. (2008). *Statistika dan Penelitian*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Sulistiyawati. Praba. (2010). ” Analisis Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Laptop Merek Acer Di Kota Semarang” . . *Jurnal Fix*. Universitas Diponegoro.
- Swastha. Basu dan T. Hani Handoko. (1997). *Manajemen Pemasaran: Analisa Perilaku Konsumen* Edisi Pertama. Yogyakarta : BPFE.
- Swastha. Basu dan T. Hani Handoko. (2000). *Manajemen Pemasaran Modern*, Edisi. Kedelapan, Liberty, Yogyakarta.
- Temporal. Paul. (2001). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta. Penerbit Andi Offset.
- Tjiptono, Fandy. (1997). *Strategi Pemasaran*, Edisi I. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Wijayanti. Erma (2010).” Pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian sepeda motor”. *Skripsi*. Universitas Negeri Yogyakarta.