

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis penelitian yang telah dilakukan maka dapat dikemukakan beberapa kesimpulan penelitian sebagai berikut:

1. Kualitas Produk tidak berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Mobil Bekas di Kota Padang.
2. Promosi tidak berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Mobil Bekas di Kota Padang.
3. Harga berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian Mobil Bekas di Kota Padang.

5.2 Implikasi Penelitian

1. Kepada penjual mobil bekas untuk lebih memperhatikan tingkat kualitas produk, promosi serta menjaga kestabilan harga dalam upaya meningkatkan dan menciptakan keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen, semakin baik kualitas produk, promosi dan harga maka semakin tinggi kemauan konsumen untuk melakukan pembelian mobil bekas di kota Padang.
2. Bagi konsumen yang berminat untuk membeli mobil bekas diharapkan terus mencari informasi untuk mendapatkan produk mobil bekas yang diperlukan sesuai dengan kualitas, promosi yang ditawarkan serta harga yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan dari konsumen itu sendiri.

5.3 Saran-Saran

Berdasarkan dari Hasil Analisis Penelitian serta hal-hal yang berkaitan dengan keterbatasan penelitian ini, maka saran yang disampaikan penulis untuk peneliti dan pembaca selanjutnya adalah sebagai berikut:

1. Disarankan kepada penjual mobil bekas agar memperhatikan daya tahan mesin mobil bekas supaya lebih siap digunakan konsumen dengan cara memelihara mesin dengan ketentuan sesuai SOP bengkel resmi merek mobil tersebut. Bagi konsumen, agar membeli mobil dengan kualitas mesin yang mumpuni serta melakukan *check and re-check* mobil yang akan digunakan sesuai dengan kondisi dan kemampuan unit mobil tersebut.
2. Disarankan kepada penjual mobil bekas supaya meningkatkan promosi melalui *event-event* otomotif yang dihadirkan secara *online* dan *offline*, seperti melakukan *showroom event* dengan promo-promo menarik atau promosi dengan cara *online* yaitu membuat tambahan hadiah atau kemudahan mendapatkan mobil yang berkualitas yang bisa didapatkan oleh konsumen.
3. Peneliti selanjutnya disarankan untuk menambah beberapa variabel yang belum digunakan dalam penelitian ini. Karena masih banyak faktor lainnya yang dapat mempengaruhi variabel Keputusan Pembelian, sehingga dapat meningkatkan ketepatan dan akurasi hasil penelitian yang akan diperoleh dimasa mendatang.
4. Disarankan untuk konsumen membawa orang bengkel atau orang yang mengerti dengan mobil dan jangan sampai terkecoh konsumen, seperti

mobil bekas tabrakan, mobil habis kena banjir, dan mesin yang basah (oli yang bocor di dalam mesin).

DAFTAR PUSTAKA

- Aditi, B., & Hermansyur, H. M. (2018). Pengaruh Atribut Produk, Kualitas Produk dan Promosi, terhadap Keputusan Pembelian Mobil Merek Honda di Kota Medan. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 19(1), 64-72.
- Amalia, N. (2019). Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen Mie Endess Di Bangkalan). *Jurnal Studi Manajemen Dan Bisnis*, 6(2), 96-104.
- Amelisa, L., Yonaldi, S., & Mayasari, H. (2018). Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Gula Tebu. *Manajemen dan Kewirausahaan*, 7(3), 54-66.
- Andrianto, H. N., & Idris, I. (2013). *Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Mobil Jenis MPV Merek Toyota Kijang INNOVA di Semarang* (Doctoral dissertation, Fakultas Ekonomika dan Bisnis).
- Anwar, I. 2015. Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen* 4 (12): 1-15
- Arikunto, S. 2010. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Edisi Revisi V. Rineka Cipta: Jakarta.
- Dianah, N., & Welsa, H. (2017). Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Xiaomi Serta Dampaknya Pada Kepuasan Konsumen. *Jurnal Manajemen*, 7(1), 16-26.
- Gain, R., Herdinata, C., & Sinatra, K. B. (2017). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap keputusan pembelian konsumen Vodkasoda shirt. *PERFORMA: Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, 2(2), 143-150.
- Gerung, C. J., Sepang, J., & Loindong, S. (2017). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Nissan X-Trail Pada PT. Wahana Wirawan Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 5(2).
- Gunawan, T. 2017. Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen* 6(4): 1-18
- Herlambang, Susatyo. 2014. *Basic Marketing (Dasar-Dasar Pemasaran) Cara Mudah Memahami Ilmu Pemasaran*. Yogyakarta: Gosyen Publishing.
- Hermawan, A. 2012. *Komunikasi Pemasaran*. Erlangga. Jakarta.
- Hidayatullah, M. F., Wadud, M., & Roswaty, R. (2020). Pengaruh Promosi dan Inovasi Produk terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Avanza

- (Studi Kasus di Auto 2000 Veteran Palembang). *Jurnal Nasional Manajemen Pemasaran & SDM*, 1(2), 19-31.
- Irmalisa, I., Suharno, S., & Kuleh, J. (2017). Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Citra Merek (*Brand Image*) terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Kijang innova di samarinda. *Jurnal Manajemen* 8(1), 30-42.
- Ismayana, S., & Hayati, N. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Lipstik PIXY. *JSMA (Jurnal Sains Manajemen dan Akuntansi)*, 10(2), 1-15.
- Jansen, F. Y., Worang, F. G., & Arie, F. V. (2022). Pengaruh Ekuitas Merek, Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Smartphone Samsung pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unsrat 2019-2020. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 10(1), 279-288.
- Kodu, S. 2013. Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Avanza. *Jurnal EMBA* 1(3): 1251-1259.
- Kotler, P. dan G. Armstrong. 2011. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi Kesembilan. Ahli Bahasa: Alexander Sindoro. Erlangga. Jakarta.
- Kotler, P. dan K. L. Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13. Terjemahan: Bob Sabran. Erlangga. Jakarta.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran Jilid 1 Edisi Ke-12*. Ahli Bahasa oleh Bob Sabran. Erlangga. Jakarta.
- Lupiyoadi, Rambat dan A Hamdani. 2009. *Manajemen Pemasaran Jasa*, Penerbit Salemba Empat, Jakarta.
- Magdalena, M., & Sari, N. U. (2020). Pengaruh Citra Merek, Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Mobil Honda Brio di Kota Padang. *Jurnal Pundi*, 3(2), 123-136.
- Mandey, J. B. 2013. Promosi, Distribusi, Harga Pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian Rokok Surya Pro Mild. *Jurnal EMBA* 1(4): 95-104.
- Masrin, I., & Yanto, R. P. (2019). Dampak Promosi, Harga Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Oppo. *Jurnal Sains Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 9(1), 90-99.
- Modi., Sakshi., & Jhulka J. (2012). Impact Of Promotional Schemes On Buying Decisions Of A Consumer. *International Journal of Sales & Marketing Management Research and Development*, 2 (2), 40-48.

- Muanas, A. (2014). Pengaruh Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Buana Indomobil Trada. *Jurnal Ilmu & Riset Manajemen*, 3(12), 1-11.
- Pasaribu, R. F. A., Sianipar, I. L., Siagian, Y. F., & Sartika, V. (2019). Pengaruh Promosi dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Soyjoy PT. Amerta Indah Otsuka Kota Medan. *Jurnal manajemen*, 5(1), 45-52.
- Rakhman, A., & Rahayu, T. S. M. (2014). Pengaruh Kualitas Produk, Promosi dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Variasi Audio Mobil di Subur Audioworkshop Purwokerto. *Media Ekonomi*, 14(1), 10-19.
- Rakhman, A., & Rahayu, T. S. M. (2017). Pengaruh Kualitas Produk, Promosi dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Variasi Audio Mobil di Subur Audioworkshop Purwokerto. *Media Ekonomi*, 17(1), 33-41.
- Ramadani, M. (2020). Pengaruh kualitas pelayanan, promosi dan lokasi terhadap keputusan pembelian di toko handphone. *IQTISHAD equity jurnal MANAJEMEN*, 1(2).
- Rares, A., & Jorie, R. J. (2015). Pengaruh Harga, Promosi, Lokasi, Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Toko Bengkel Gaoel Manado Town Square. *Jurnal EMAB*, 3(2), 592-604.
- Setiawan, M. A., & Wahyuati, A. (2018). PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MOBIL BEKAS DI SAPUTRA MOTOR. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 7(11).
- Supriyadi, S., Wiyani, W., & Nugraha, G. I. K. (2017). Pengaruh Kualitas Produk Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal bisnis dan manajemen*, 4(1).
- Supu, L. P., Lumanauw, B., & Poluan, J. G. (2021). Pengaruh harga produk, promosi, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk smartphone samsung di Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 9(3), 919-928.
- Tambunan, T. S. (2020). Pengaruh Perilaku Konsumen terhadap Keputusan Pemilihan Penggunaan KWH Meter Listrik Pascabayar dan Prabayar pada PT PLN (Persero) Ranting Pancur Batu. *Jurnal Nasional Manajemen Pemasaran & SDM*, 1(2), 66-83.
- Tirtaatmadja, D. I., Tampi, J. R., & Punuindoong, A. Y. (2019). Pengaruh Brand Image dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Avanza Pada Pt. Hasjrat Abadi Tendeand Manado. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 9(1), 90-95.
- Tjiptono, Fandy dan Anastasia Diana. 2003. Total Quality Management. Edisi Kelima. Andi Offset. Yogyakarta.

- Walukow, A. L. P., & Mananeke, L. (2014). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Bentenan Center Sonder Minahasa. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 2(3).
- Weenas, J. R. (2013). Kualitas Produk, Harga, Promosi dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian Spring Bed Comforta. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 1(4).
- Wibowo, T., & Purwantini, S. (2011). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota (Studi Kasus pada PT. Nasmoco Gombel Semarang). *Semarang: Fakultas Ekonomi Universitas Semarang*.