

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

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

1. Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli sepeda motor Suzuki di kota Padang.
2. Minat beli berpengaruh negatif terhadap keputusan pembelian sepeda motor Suzuki di kota Padang.
3. Harga berpengaruh positif terhadap minat beli sepeda motor Suzuki di kota Padang.
4. Kualitas produk berpengaruh positif terhadap minat beli sepeda motor Suzuki di Kota Padang.
5. Harga berpengaruh negatif terhadap keputusan pembelian sepeda motor Suzuki di kota Padang.
6. Minat beli berpengaruh negatif sebagai variabel yang memediasi kualitas produk terhadap keputusan pembelian sepeda motor Suzuki di kota Padang.
7. Minat beli berpengaruh negatif sebagai variabel yang memediasi harga terhadap keputusan pembelian sepeda motor Suzuki di kota Padang.

5.2 Implikasi Penelitian

1. Peneliti yang akan datang agar memperluas responden yang dijadikan sampel pada calon konsumen produk sepeda motor Suzuki.
2. Peneliti yang akan datang dapat mereplikasi model penelitian ini dan selanjutnya diujikan pada konsumen lainnya yang tidak termasuk dalam penelitian ini.
3. Penelitian berikutnya juga dapat mengembangkan model penelitian ini dengan mempertimbangkan atau menambahkan variabel lain yang mempengaruhi keputusan pembelian.

5.3 Saran

Beberapa saran dalam penelitian ini dapat dikemukakan sebagai berikut:

1. Bagi pihak manajemen dari PT. Suzuki motor Indonesia, untuk lebih meningkatkan lagi kualitas dari motor Suzuki yang ada, karena kualitas Suzuki sudah di kenal oleh semua kalangan masyarakat, serta harga yang ditawarkan agar tetap selalu melihat situasi pasar yang ada, agar supaya harga yang ditawarkan dapat selalu diterima dan menambah minat beli dipasaran dan bisa saling menguntungkan bagi pihak perusahaan, sehingga mempermudah pelanggan yang ada untuk mengambil suatu keputusan.
2. Jumlah sampel yang digunakan masih sedikit sehingga secara empiris belum menggambarkan populasi yang sesungguhnya. Maka disarankan untuk menambahkan sampel yang lebih banyak dari hasil penelitian ini. Bagi para

peneliti selanjutnya yang tertarik untuk melaksanakan penelitian sejenis, masih ada beberapa variabel yang tidak digunakan di dalam penelitian ini seperti inovasi produk, kepercayaan harga, dan disarankan untuk menambahkan beberapa variabel yang belum digunakan dalam penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Adriansyah, M. A., Aryanto, R., Toindo, H., & Agusthina, S. (2013). Peran Minat Pembelian Konsumen Sebagai Mediasi Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Perusahaan Kue. *Binus Business Review*, 4(1), 349–359.
- Alfatiha, R. A., & Budiarmo, A. (2020). Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Konsumen Du Cafe Semarang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 1x(Iv), 522–529.
- Andawari, A. R. (2014). Pengaruh Harga, Lokasi, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Stove Syndicate Café Semarang) Skripsi [Universitas Diponegoro Semarang]. In *Skripsi* (Vol. 12, Issue 2). <https://doi.org/10.24114/plans.v12i2.9579>
- Andrianto, H. N., & Idris. (2013). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Jenis Mpv Merek Toyota Kijang Innova Di Semarang. *Diponegoro Journal Of Management*, 2(3), 1–10.
- Aptaguna, A., & Pitaloka, E. (2016). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Minat Beli Jasa Go-Jek. *Widyakala Journal*, 3(2012), 49. <https://doi.org/10.36262/widyakala.v3i0.24>
- Ayuningtias, T., & W, H. D. (2017). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek Dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Xl Prabayar Di Kota Semarang (Studi Kasus Pada Pengguna Kartu Xl Prabayar Di Kota Semarang). *Diponegoro Journal Of Social And Political*, 1(1), 1–6. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/>
- Azahri, A. (2016). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Proses Pembelian Sepeda Motor Yamaha Vixion*.
- Bakti, U., Hairudin, & Alie, M. S. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Produk Dan Harga Terhadap Minat Beli Pada Toko Online Lazada Di Bandar Lampung. *Jurnal Ekonomi*, 22(1), 18.
- Dewi, W. S., Hasiolan, L. B., & Minarsih, M. M. (2016). Pengaruh Kualitas Produk, Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening. *Journal Of Management*, 2(2).
- Dinawan, M. R. (2010). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen Yamaha Mio Pt. *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*, 1x(3), 335–369.
- Dyana Putri Nugraheni, & Dwiyanto, B. M. (2016). Pengaruh Citra Merek, Persepsi

- Harga, Dan Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Avanza Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pt Nasmoco Majapahit Semarang) Dyana. *Journal Of Management*, 5(1), 1–13.
- Gain, R., Herdinata, C., & Sienatra, K. B. (2017). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 2(2), 12. <https://doi.org/10.32493/jpkpk.v3i2.4075>
- Ghanimata, F., & Kamal, M. (2012). Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Pembeli Produk Bandeng Juwana Elrina Semarang). *Diponegoro Journal Of Management*, 1(2), 159–169. <https://repository.bsi.ac.id/index.php/unduh/item/237527/jurnal-manajemen-pnj.pdf>
- Ghozali, I. (2013). *Partial Least Square*. Universitas Diponegoro.
- Harahap, D. A. (2015). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen Ponsel Merek Samsung. *Jurnal Keuangan Dan Bisnis*, 7(3), 227–242.
- Harsanto, L. F., & Hidayat, W. (2017). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Pada Ukm Martabak Mas Ipung Di Perumahan Plamongan Indah Semarang Luthfan. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 024, 12.
- Herlambang, D. A. (2013). *Analisis Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Layanan Pada Minat Beli Terhadap Keputusan Pembelian*. Universitas Diponegoro.
- Hidayat, A. T., Elita, F. M., & Setiawan, A. (2012). Hubungan Antara Atribut Produk Dengan Minat Beli Konsumen. *Students E-Journal*, 1(1), 19. <http://jurnal.unpad.ac.id/ejournal/article/view/1241/pdf>
- Hidayati, T. A., Suharyono, & Fanani, D. (2013). Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli Dan Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Administrasi Bisnis (Jab)*, 2(1), 1–116.
- Hilmawan, I. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Konsumen Sepeda Motor Vario Di Kota Serang). *Jurnal Elektronik Rekaman (Riset Ekonomi Bidang Manajemen Dan Akuntansi) Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Galileo*, 3(3), 154–166.
- Jumrotul Laila, E., & Sudarwanto, T. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Jilbab Rabbani Di Butik Qta Ponorogo. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (Jptn)*, 6(1), 1–9.
- Kodu, S. (2013). Harga, Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Avanza. *Jurnal Emba*, 1(3), 1251–1259.

- Kristian, D., & Widayanti, R. (2016). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Wacana. *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Ukrida*, 16(1), 1–8.
- Lembang, R. D. (2010). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi, Dan Cuaca Terhadap Keputusan Pembelian Teh Siap Minum Dalam Kemasan Merek Teh Botol Sosro (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi S1 Reguler Ii). In *Skripsi* (Vol. 1, Issue 1).
- Lupiko, R. F., & W, H. D. (2018). Pengaruh Inovasi Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Supra X 125 Riza Fakhri Lupiko , Departemen Administrasi Bisnis , Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Handoyo Djoko W ., Departemen Administrasi Bisnis , Fakultas Ilmu Sosial Dan. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 7(4), 1–10.
- Maghfiroh, A., Arifin, Z., & Sunarti, S. (2016). Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli Dan Keputusan Pembelian (Survei Pada Mahasiswa Program Studi Administrasi Binis Tahun Angkatan 2013/2014 Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang Pembeli Indosat Ooredoo). *Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya*, 40(1), 132–140.
- Mongi, L., Mananeke, L., & Repi, A. (2013). Kualitas Produk, Strategi Promosi Dan Harga Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Simpati Telkomsel Di Kota Manado. *Jurnal Emba*, 1(4), 1–11. <https://doi.org/10.1055/S-0032-1328522>
- Nafilah, K., Widarko, A., & Suharto, M. K. A. B. (2015). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Dan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening (Study Kasus Pada Mahasiswa Feb Universitas Islam Malang Yang Mengkonsumsi Mie Instan). *Jurnal Riset Manajemen*, 53(9), 98–108.
- P, M. G. M. (2015). Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Surat Kabar Harian Suara Merdeka. *Jurnal Ilmu Administrasi*, 4(2), 1–12.
- Prakoso, H. W., & Iriani, S. S. (2015). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kelompok Acuan Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Suzuki Satria F150. *Journal Of Research In Economics And Management (Jurnal Riset Ekonomi Dan Manajemen)*, 15(2), 262–279.
- Prasetiawan, Hermawati, A., & Zulkhifli. (2020). Call For Paper Call For Paper. *Conference On Economic And Business Innovation*, 19(11), 3–16.
- Prastyo, D., & Saino. (2017). *Pengaruh Inovasi Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Yoga Tablet Lenovo Di Surabaya*. 4(3), 57–71. <http://marefateadyan.nashriyat.ir/node/150>
- Rawung, D. R., Oroh, S., & Sumarauw, J. S. (2015). Analisis Kualitas Produk, Merek

Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Suzuki Pada Pt. Sinar Galesong Pratama Manado. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 3(3), 1298–1308.

Rosa, S., & Antonio, T. (2020). Harga Dan Lokasi Pengaruhnya Terhadap Minat Beli Calon Konsumen Mr Beras. *Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 5(5), 10.

Satria, A. A. (2017). Pengaruh Harga, Promosi, Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Perusahaan A-36. *Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 2(1), 9. <https://doi.org/10.34127/Jrlab.V6i1.169>

Setiawati, E., Winadi, A. A., & Tyas, P. (2015). *Pengaruh Harga Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Televisi Samsung Di Perumahan Villa Grand Tomang Tangerang*. 978–979.

Soenawan, A. D., & Malonda, E. S. (2015). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen D ' Stupid Baker Spazio Graha Family Surabaya. *Program Manajemen Perhotelan, Fakultas Ekonomi, Universitas Kristen Petra Email.*, 395–409.

Solihin, D. (2020). Pengaruh Kepercayaan Pelanggan Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Online Shop Mikaylaku Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Mandiri : Ilmu Pengetahuan, Seni, Dan Teknologi*, 4(1), 38–51. <https://doi.org/10.33753/Mandiri.V4i1.99>

Tamamudin. (2012). Pengenalan Merek, Persepsi Kualitas, Harapan Konsumen Dan Inovasi Produk Terhadap Keputusan Membeli Dan Dampaknya Pada Loyalitas Konsumen (Studi Kasus: Produk Batik Sutra Halus Merek Tamina). *Jurnal Penelitian*, 9(2). <https://doi.org/10.28918/Jupe.V9i2.144>

Utama, D. C., Arista, R., Fitriyanto, F., & Raharjo, A. (2019). Pengaruh Inovasi Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Di Kota Bekasi. *Jurnal Mitra Manajemen*, 3(7), 767–779. <https://doi.org/10.52160/Ejmm.V3i7.254>

Waluko, Mananeke, L., & Sepang, J. (2014). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Bentenan Center Sonder Minahasa. *Jurnal Emba*, 2(3), 2–13.

Wicaksono, B. R. (2016). *Pengaruh Kualitas Produk terhadap keputusan Pembelian Layanan Internetyang dimediasi Oleh minat Beli*. www.Iranesrd.Com

Widha P, C. (2016). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di Warung Ikan Bakar Seafood Genteng Besar pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di Warung Ikan Bakar Seafood Genteng Besar. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (Jptn)*, 3(3), 1–11.

<https://www.Dataindustri.Com/Produk/Tren-Data-Penjualan-Sepeda-Motor-Suzuki/>

