

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil proses dan hasil penelitian yang dilakukan dengan metode SEM PLS maka terdapat hasil dan dapat ditarik kesimpulan yang akan dirinci dibawah ini, yakni :

- 1) Kualitas Produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *Brand Image* Honda PCX.
- 2) Harga memiliki pengaruh positif tidak signifikan terhadap *Brand Image* Honda PCX.
- 3) *Brand Image* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Honda PCX.
- 4) Kualitas Produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Honda PCX.
- 5) Harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Honda PCX.
- 6) Kualitas Produk memiliki pengaruh positif tidak signifikan terhadap Keputusan Pembelian melalui *Brand Image* Honda PCX.
- 7) Harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian melalui *Brand Image* Honda PCX.

## **5.2 Saran**

Berdasarkan penelitian yang telah dikaji, peneliti memberikan beberapa saran terkait dengan topik yang dibahas. Saran-saran ini penulis berikan diantaranya kepada:

1. Penulis yang akan mengkaji ulang atau melakukan penelitian serupa di masa depan harus dapat berinteraksi secara pribadi dengan responden agar mereka memperhatikan kuesioner yang diberikan. Diharapkan Seharusnya dalam pengisian kuisisioner diberikan metode baru, seperti essay sehingga jawaban yang didapat lebih maksimal.
2. Kedepannya penulis yang akan mengkaji ulang atau melakukan penelitian serupa diharapkan menambah sampel yang lebih banyak, demi keakuratan data yang lebih baik .
3. Diharapkan PT. Tunas Dwipa Matra Antasari dapat mempertahankan serta meningkatkan sosialisasi tentang kualitas produk dan harga terhadap pengguna Honda PCX.
4. Karena faktor-faktor lain yang belum diketahui dalam penelitian ini dan dapat mempengaruhi keputusan pembelian, penulis yang akan mengkaji ulang atau melakukan penelitian serupa diharapkan dapat menggunakan variabel-variabel lain yang belum dibahas dalam penelitian ini untuk mengetahui faktor lain yang mempengaruhi keputusan pembelian.