

BAB V

SIMPULAN, KETERBATASAN, DAN SARAN

A. Simpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pengujian hipotesis tentang faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian *brand* Maternal, maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Citra merek tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian. hal ini dibuktikan dengan perolehan signifikansi sebesar $0,209 > 0,05$ ($p > 0,05$).
2. Kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian dengan arah positif. hal ini dibuktikan dengan perolehan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ ($p < 0,05$).
3. Harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian dengan arah negatif. Hal ini dibuktikan dengan perolehan silai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ ($p < 0,05$).

B. Keterbatasan

Peneliti menyadari adanya beberapa keterbatasan yang mungkin mempengaruhi hasil penelitian ini, yaitu ruang lingkup penelitian ini dilakukan pada anggota komunitas di wilayah Madiun.

C. Saran

Karena hasil citra merek terhadap keputusan pembelian tidak berpengaruh, penelitian selanjutnya dapat menguji ulang variabel ini dengan menambah wilayah penelitian atau mengganti objek penelitian dengan jumlah sampel yang memadai.

D. Implikasi Manajerial

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka implikasi manajerial yang dapat diterapkan pada keputusan pembelian Brand Material di Kota Madiun.

1. Hasil penelitian variabel citra merek tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Hal ini mengindikasikan bahwa konsumen komunitas musik aliran keras, dunia ilustrator dan artworker, menganggap bahwa pencitraan merek bukan merupakan pertimbangan utama dalam membuat keputusan untuk membeli produk *brand* maternal. Hal ini dikarenakan memang *brand* maternal merupakan produk baru dan media pemasarannya Brand Maternal menggunakan online shop, dan pembeli produk tidak begitu memperhatikan citra merek. Hal ini sesuai dengan target pasar Brand Maternal yaitu anak muda di komunitas music dan ilustrator, karena Brand Maternal memiliki desain yang berkarakter dan banyak dipakai oleh beberapa personil grup musik. Hal ini menjadi bahan pertimbangan untuk produk Brand Maternal untuk memperluas target pasar dan menambah

media promosi, dengan menambahkan variasi design produk yang lebih variatif.

2. Hasil penelitian variabel kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian, dengan arah positif. Hal ini mengindikasikan bahwa kualitas produk yang baik dan sesuai dengan kriteria yang ditentukan oleh konsumen akan menjadi pertimbangan utama dalam menentukan keputusan pembelian produk Brand Maternal sehingga faktor kualitas produk diharapkan untuk tetap diperhatikan oleh pengusaha produk brand maternal..
3. Hasil penelitian variabel harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian, dengan arah negative. Hal ini mengindikasikan bahwa harga merupakan faktor penentu yang mempengaruhi pilihan pembelian, hasil olah data menunjukkan koefisien harga bernilai negatif, artinya bahwa harga yang relatif kompetitif, menyesuaikan kualitas produk, dan potongan harga dapat menarik konsumen untuk memutuskan membeli suatu produk. Hal ini menjadi bahan pertimbangan untuk produk Brand Maternal untuk tetap mengevaluasi harga yang sudah diterapkan di pasar.

DAFTAR PUSTAKA

- Amrullah, Artika Romal 2016. “Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Honda Beat”. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen* Vol.5 No.7
- Asmarani, Santi, Herawati, Yusleli dan Setyawan, Heri. 2015. “Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Suplemen Kesehatan K-Omega Squa (Studi Kasus Pada Stokis Pt K-Link Nusantara Cabang Plaju Palembang)”. *Jurnal Ilmiah Orasi Bisnis*. Vol 13
- Bagaskara, Abraham Mahendra. 2014. “Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Vario Di Semarang”. Skripsi Program Strata -1 Fakultas Ekonomi. Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta (*tidak dipublikasikan*)
- Ghozali, Imam. 2005. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Listyawati, Indri Hastuti. 2014. “Analisis Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Kartu Simpati Di Yogyakarta”. *JBMA – Vol. II, No. 1*
- Ma'ruf, Hasan. 2015. “Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Citra Merek dan Iklan terhadap Keputusan Pembelian Yamaha Motor Matic Di Purwodadi”. Skripsi Program Strata -1 Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Surakarta (*Tidak Dipublikasikan*)
- Mahmudah, Indah Siti dan Tiarawati, Monika. 2013 ”Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pond's *Flawless White*”. *Jurnal Ilmu Manajemen*. No 3 Vol.1
- Manengal, Cristiani D. 2015. “Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk Dan Penetapan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Cv. Esa Genangku (Esacom) Manado”. *Jurnal EMBA 1254* Vol.3 No.3
- Prasatinintyas, Tabita Ratna. 2016. “Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Kartu Seluler”. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*. No 7 vol.5
- Riyono, budiharja, Gigih Erlik. 2016 “Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Produk Aqua”. *Jurnal Stie Semarang*. Vol 8. No 2
- Saputra, Agus Dwi. 2013. “Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Iklan terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha”. Skripsi Program Strata -1

Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Progam Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Surakarta (*Tidhak Dipublikasikan*)

- Sujipto, Norman Ardiansyah. 2014. “Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Motor Sport Yamaha Byson Di Kota Semarang”. Skripsi Program Strata -1 Fakultas Ekonomika Dan Bisnis Universitas Diponegoro (*tidak dipublikasikan*)
- Tambunan, Krystia Tambunan. 2012. “Analisis Pengaruh Citra Merek, Persepsi Kualitas, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Bandeng Presto”. Skripsi Program Strata -1 Fakultas Ekonomika Dan Bisnis Universitas Diponegoro (*tidak dipublikasikan*)
- Vrawan, Wayan Adi. 2013. “Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian”. (Studi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta Pengguna Helm Merek INK) . Skripsi Program Strata -1 Fakultas Ekonomi. Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta (*tidak dipublikasikan*)
- Wanda,Kanisius Waro. 2015. “Pengaruh Harga dan Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Di Mini Market Lulu Mart Samarinda”. Ejournal Ilmu Administrasi Bisnis, 2015, Vol 3 No.4 Hal 757-768
- Yustiawan,Ody. 2016. “Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Honda Vario”. Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen. Vol 5. No.2
- Yusup, Muhammad. 2012. “Analisis Pengaruh Promosi, Harga, Kualitas Produk dan Layanan Purna Jual terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda”. Skripsi Program Strata -1 Fakultas Ekonomi. Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta (*tidak dipublikasikan*)