

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dari pembahasan data, diperoleh kesimpulan yang dapat diambil mengenai hubungan dari kualitas produk, persepsi harga, kenyamanan produk, dan desain produk terhadap keputusan pembelian produk sarung jok mobil.

1. Berdasarkan hasil pengujian terhadap kualitas terhadap keputusan pembelian menunjukkan bahwa, variabel kualitas produk tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan konsumen dalam produk sarung jok mobil.
2. Berdasarkan hasil pengujian terhadap keputusan pembelian menunjukkan variabel persepsi harga, kenyamanan, dan desain memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan konsumen dalam membeli produk sarung jok mobil.

6.2 Saran

Berdasarkan hasil dari penelitian, pembahasan, dan kesimpulan yang diperoleh maka dapat memberikan saran kepada penelitian selanjutnya. Hasil dari penelitian sekarang dapat digunakan sebagai perbandingan dan referensi untuk penelitian selanjutnya. Pada penelitian selanjutnya diharapkan menggunakan variabel-variabel yang berbeda seperti : bauran promosi, bauran *brand image*, dan manfaat produk dengan menggunakan objek penelitian yang berbeda juga seperti : keputusan pembelian produk jok racing pada mobil, keputusan pembelian produk jok elektik.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, S. (2013). *Prosedur Penelitian : Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Renika Cipta.
- auto2000. (2021). *apa itu LCGC*. Retrieved juni 6, 2021, from <https://auto2000.co.id/berita-dan-tips/apa-itu-LCGC#>
- Carmudi. (2019). *journal : kelebihan dan kekurangan daihatsu ayla*. Retrieved juni 12, 2021, from <https://www.carmudi.co.id/journal/kelebihan-dan-kelemahan-daihatsu-ayla/>
- Davis, G. (1992). *Sistem Informasi Manajemen*. Jakarta: Pustaka Bianaman Pressindo.
- Engel, J. F. (1994). *Pengertian Perilaku Konsumen* (Vol. Edisi 6). Penerbit Binarupa Aksara.
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis MultiVariance Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23* (Vol. Edisi 8). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- kemenperin. (2014). *Gairah baru dari segmen LCGC*. Retrieved juni 9, 2021, from <https://kemenperin.go.id/artikel/9083/Gairah-Baru-dari-Segmen-LCGC>
- Kotler, & Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran* (Vol. Edisi ke 13). Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran* (Vol. Jilid 1). Jakarta: Erlangga.
- Margono. (2004). *Metodologi Penelitian Pendidikan*. Jakarta: Renika Cipta.
- Narimawati, U. (2008). *Metodologi Penelitian Kuantitatif dan Kuantitatif, Teori dan Aplikasi*. Bandung: Agung Media.
- Nazir, M. (2005). *Metode penelitian*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Oentoro, D. (2010). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: laksana pressindo.
- Peter, J. d. (2008). *customer behavior and marketing strategy*. Singapore : McGraw-Hill.
- Rakman, A., & Rahayu, T. (2017). Pengaruh Kualitas Produk, Promosi dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Variasi Audio Mobil di Subur Audio Workshop Purwokerto. *Jurnal manajemen dan Bisnis*.

- Rizal, M., & Lestariningsih, M. (2018). Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan, Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Kaca Film 3m Di Surabaya. *jurnal ilmu dan riset manajemen*.
- Stanton, W. j. (2004). *Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Statistik, B. A. (2018). *Perkembangan Jumlah Kendaraan Bermotor Menurut Jenis*. Retrieved April 2021, 20, from <https://www.bps.go.id/linkTableDinamis/view/id/1133>
- Sugiarto. (2001). *Teknik Sampling*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Pendisikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.
- Swasta, B., & Irawan. (2000). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty Offset.
- Tjiptono, F. (2008). *Strategi Pemasaran (Vol. Edisi III)*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.