

BAB V

SIMPULAN, KETERBATASAN, DAN SARAN

5.1 Simpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh persepsi kualitas terhadap minat beli dengan citra merek sebagai variabel intervening. Penelitian ini dilakan pada calon konsumen *All New Honda Vario 150 eSP* di Kota Madiun. Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Hipotesis 1 yang menyatakan persepsi kualitas berpengaruh signifikan positif terhadap citra merek produk *All New Honda Vario 150 eSP*, diterima. Artinya, hal tersebut membuktikan bahwa persepsi kualitas dapat meningkatkan citra merek.
2. Hipotesis 2 yang menyatakan persepsi kualitas berpengaruh signifikan positif terhadap minat beli produk *All New Honda Vario 150 eSP*, diterima. Artinya, hal tersebut membuktikan bahwa persepsi kualitas dapat meningkatkan minat beli.
3. Hipotesis 3 yang menyatakan citra merek berpengaruh signifikan positif terhadap minat beli produk *All New Honda Vario 150 eSP*, diterima. Artinya, hal tersebut membuktikan bahwa citra merek dapat meningkatkan minat beli.
4. Hipotesis 4 yang menyatakan persepsi kualitas berpengaruh signifikan positif secara tidak langsung terhadap minat beli melalui citra merek produk *All New Honda Vario 150 eSP*, diterima. Artinya, hal tersebut membuktikan bahwa citra merek dapat memediasi persepsi kualitas terhadap minat beli secara signifikan dan positif.

5.2 Keterbatasan

Penelitian ini dilakukan sesuai dengan prosedur karya ilmiah, namun masih terdapat keterbatasan penelitian seperti masa pandemi covid-19 ini, penelitian tidak dapat dilakukan secara bersamaan, penelitian hanya dapat dilakukan

menggunakan kuesioner online sehingga informasi yang diperoleh kurang mampu menjelaskan kondisi yang sebenarnya.

5.3 Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut:

1. Saran Akademis

Penelitian selanjutnya diusahakan menambah jumlah responden dan metode pengumpulan data yang tidak hanya melalui kuesioner namun juga wawancara agar informasi yang didapatkan lebih luas, serta menambah variabel lain maupun menggabungkan variabel yang digunakan saat ini dengan variabel baru seperti iklan, harga, dan kualitas produk, sehingga hasil penelitian dapat lebih menjelaskan variabel-variabel yang dapat mempengaruhi minat beli produk sejenis.

2. Saran Praktis

Mempertahankan citra merek yang ada dan memberikan stimulus untuk mempertahankan persepsi kualitas produk *All New Honda Vario 150 eSP*, berupa informasi yang menarik, singkat, dan jelas yang nantinya diharapkan akan meningkatkan minat beli konsumen pada produk *All New Honda Vario 150 eSP*.

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D., & Keller, K. L. (2000). *Brandy Utility. Telaah Manajemen*. (Vol 1 Edisi 2). Semarang: Undip.
- Anggraeni. M., & Kurniawati, R. (2019). *Pengaruh Celebrity Endoser dan Persepsi Kualitas Melalui Citra Merek Terhadap Loyalitas*. Jurnal Kalibrasi. Vol.17, No.1. Sekolah Tinggi Teknologi Garut, 39-42.
- Aristonandri, P. (2006). *Marketing Research for Beginner: Panduan Praktis Riset Pemasaran Bagi Pemula*. Yogyakarta: Penerbit ANDI.
- Durianto, D., Sugiarto & Sitinjak, T. (2004). *Strategi Menaklukkan Pasar*. Jakarta: PT.Gramedia Pustaka Utama.
- Faraditta, A. (2015). *Analisis Pengaruh Country of Origin Perception, Perceived Quality dan Consumer Perception Terhadap Purchase Intention Dengan Brand Image Sebagai Variabel Intervening*. (Skripsi. Program Sarjana Universitas Diponegoro, Semarang, Indonesia). Didapat dari <https://eprints.undip.ac.id>
- Ghozali, I. (2014). *Ekonometrika Teori, Konsep dan Aplikasi I BM SPSS 22*. Semarang: Undip.
- _____. (2001). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. (Edisi 2). Semarang: Undip.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. (Edisi 12. Jilid 1). Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Alih bahasa: Benyamin Molan. (Edisi 12 Jilid 1). Jakarta: PT Indeks.
- _____. (2009a). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- _____. (2009b). *Manajemen Pemasaran*. (Edisi 13 Jilid 2). Penerjemah: Bob Sabran, MM. Jakarta: Erlangga
- _____. (2016a). *Manajemen Pemasaran*. (Edisi 13 Jilid 1). Penerjemah: Bob Sabran, MM. Jakarta: Erlangga.
- _____. (2016b). *Marketing Management. Global Edition*. 15e
- Kotler, P. (2005). *Manajemen Pemasaran*. (Jilid 1). Jakarta: PT Indeks

- _____. (2000). *Manajemen Pemasaran. Edisi Millenium*. Jakarta: Prenhallindo.
- Kusumaningtyas, G. D., Suharyono, & Abdillah, P. (2017). *Pengaruh Country of Origin Terhadap Persepsi Kualitas dan Dampaknya Pada Minat Pembelian (Studi pada Calon Konsumen yang Berminat Membeli Mobil Toyota Avanza di Jakarta)*. Jurnal Administrasi Bisnis (JAB). Vol.43 No.1. Fakultas Ilmu Administrasi. Universitas Brawijaya. Malang, 77-85.
- Kuncoro, M. (2014). *Metode Riset Untuk Bisnis & Ekonomi: Bagaimana Meneliti dan Menulis Tesis*. (Edisi 4). Jakarta: Erlangga.
- Lucas, D.B & Britt, S.H. 2003. *Advertising Psychology and Research*. New York: McGraw-Hill.
- Marzeweny D., Hadiwidjojo D., & Chandra D. (2011). *Analisis Kepuasan Pasien Sebagai Mediasi Pengaruh Kualitas Pelayanan Kesehatan Terhadap Citra Rumah Sakit Umum (RSUD) Arifin Achmad Pekanbaru*. Terakreditasi SK Dirjen DIKTI No.66b/DIKTI/KEP/2011. Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Universitas Brawijaya Malang.
- Meiliani, N., & Ferdinand, A. T. (2016). *Analisis Pengaruh Daya Tarik Desain Produk, Daya Tarik Promosi, dan Persepsi Kualitas Terhadap Citra Merek Serta Dampaknya Terhadap Minat Pembelian Konsumen (Studi pada Calon Konsumen Honda Beat Pop di Dealer Nusantara Sakti Purwokerto)*. Diponegoro Journal of Management. Vol.5, No.1. Jurusan Manajemen. Fakultas Ekonomika dan Bisnis. Universitas Diponegoro. Semarang, 1-11.
- Nadiroh, I, Z. (2017). *Pengaruh Pesan Iklan dan Persepsi Kualitas Terhadap Niat Beli Produk Asus Zenfone 3 Max (Studi pada Pengunjung WTC Surabaya)*. Jurnal Ilmu Manajemen Vol.5, No.3. Jurusan Manajemen. Fakultas Ekonomi. Universitas Negeri Surabaya, 1-8.
- Priyatno, D. (2014). *SPSS 22. Pengolah Data Terpraktis*. Yogyakarta.: Penerbit Andi
- Priyastama, R. (2017). *Buku Sakti Kuasai SPSS – Pengolahan Data & Analisis Data*. Jakarta: Anak Hebat Indonesia.
- Setiadi, N. (2003). *Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi Untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta: Prenada Media.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2008). *Perilaku Konsumen*. (edisi ke-7). Diterjemahkan oleh Zoelkifli Kasip. Jakarta: PT. Indeks

- Simamora, B. (2002). *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama..
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Pendidikan dan Pengembangan. Research and Development*. Bandung: Alfabeta.
- _____. (2015). *Metode Penelitian Manajemen. Pendekatan: Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi (Mixed Methods), Penelitian Tindakan (Aaction Research), Penelitian Evaluasi*. Bandung: Alfabeta.
- Suharto, C. A., Tumbel. A. L., & Trang. I. (2016). *Analisis Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Daya Tarik Iklan Terhadap Minat Beli Konsumen Pada PT. Remaja Jaya Mobilindo Manado*. Jurnal EMBA. Vol.4, No.3. Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Jurusan Manajemen. Universitas Sam Ratulangi Manado. 209-211..
- Swastha, D. B., & Handoko, T. H. (2000). *Manajemen Pemasaran, Analisa Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta.
- Tjiptono. F., & Chandra. G. (2012). *Pemasaran Strategi*. (edisi 2). Yogyakarta: Penerbit ANDI.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran*. Edisi 4. Yogyakarta: Penerbit ANDI.
- _____. (2014). *Pemasaran Jasa, Prinsip, Penerapan, Penelitian*. Yogyakarta: Penerbit ANDI.
- Tunisia, Z. (2017). *Peran Brand Image Dalam Memediasi Country of Origin, Perceived Quality, Product Quality Terhadap Purchase Intention Produk Mobil*. (Skripsi, Program Sarjana Institut Agama Islam Negeri Surakarta, Surakarta, Indonesia). Didapat dari <http://eprints.iain-surakarta.ac.id>
- Yamit, Z. (2002). *Manajemen Kualitas Produk & Jasa*. Yogyakarta: Ekonesia.
- <https://www.astra-honda.com/product/vario-150-esp> diakses ada tanggal 18-02-2020
- <https://www.aisi.or.id/statistic/> diakses pada tanggal 04-02-2020
- https://goozir.com/data-penjualan-motor-2019/#Data_Penjualan_Motor_Domestik diakses pada tanggal 04-02-2020
- <https://www.cnbcindonesia.com/news/20200131182258-4-134370/kuasai-pasar-87-skutik-bunuh-motor-bebek> diakses pada tanggal 04-02-2020
- <https://jatim.bpk.go.id/kota-madiun/> diakses pada tanggal 15-02-2021

<https://capil.madiunkota.go.id/> diakses pada tanggal 15-02-2021

<https://www.google.com/amp/s/review.bukalapak.com/amp/auto/sejarah-motor-vario-42238> diakses pada tanggal 15-02-2021

<https://www.semisena.com/motor/honda-vario-150-esp> diakses pada tanggal 15-02-2021