

BAB V

SIMPULAN, SARAN DAN KETERBATASAN PENELITIAN

A. Simpulan

1. Persepsi Kualitas Produk, Persepsi harga dan promosi berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap keputusan pembelian. Hal tersebut terbukti dengan Uji F yang sudah dilakukan dan hasilnya positif serta terdukung oleh hasil penelitian-penelitian terdahulu.
2. Persepsi Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Hal tersebut terbukti dengan Uji yang memiliki hasil positif serta terdukung oleh hasil penelitian-penelitian terdahulu. Persepsi Kualitas Produk berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian.
3. Persepsi Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Hal tersebut terbukti dengan Uji yang memiliki hasil positif serta terdukung oleh hasil penelitian-penelitian terdahulu. Persepsi Harga berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian.
4. Promosi tidak berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian. Hal tersebut terbukti dengan Uji yang memiliki hasil yang tidak positif serta terdukung oleh hasil penelitian terdahulu

B. Saran

1. Bagi Perusahaan
Penelitian ini diharapkan, perusahaan dapat mengetahui bagaimana pengaruh Persepsi Kualitas Produk, Persepsi harga dan Promosi terhadap

Keputusan Pembelian. Informasi ini sebagai bahan masukan bagi pimpinan perusahaan.

2. Bagi Akademis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan masukan bagi semua pihak yang berminat terhadap bidang manajemen pemasaran terutama yang berkaitan dengan perilaku konsumen, khususnya mengenai Persepsi Kualitas Produk, Persepsi Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan acuan bagi peneliti berikutnya yang berminat meneliti mengenai Keputusan Pembelian.

C. Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini memiliki keterbatasan dimana penelitian yang dilakukan di kota Ngawi dan belum bisa mewakili semua konsumen yang sudah melakukan keputusan pembelian sepeda motor Honda Vario eSP yang berada di kota Ngawi. Penelitian ini juga hanya menggunakan empat variabel saja, padahal masih ada beberapa factor yang bisa dijadikan variabel dalam penelitian.