

BAB IV PENUTUP

Penelitian ini setelah dilakukan pengolahan data dan analisis pada variabel citra merek, kualitas produk, dan keputusan pembelian knalpot Purbalingga, berikut kesimpulan dan saran yang diperoleh dari penelitian ini:

4.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil dalam penelitian yang telah dilakukan dapat ditarik beberapa kesimpulan, yaitu:

1. Citra merek knalpot Purbalingga tergolong baik dan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil pengujian menggunakan koefisien korelasi, analisis regresi, uji t, dan koefisien determinasi menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan, kuat untuk knalpot dengan label asli dan sedang untuk knalpot dengan label palsu, dan positif mempengaruhi keputusan pembelian.
2. Kualitas produk knalpot Purbalingga tergolong baik dan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil pengujian menggunakan koefisien korelasi, analisis regresi, uji t, dan koefisien determinasi menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan, sangat kuat untuk knalpot dengan label asli dan kuat untuk knalpot dengan label palsu, dan positif mempengaruhi keputusan pembelian.
3. Hasil pengujian baik knalpot dengan label asli maupun knalpot dengan label palsu menggunakan koefisien korelasi, analisis regresi, uji f, dan koefisien determinasi menunjukkan bahwa citra merek dan kualitas produk mempengaruhi keputusan pembelian.

4.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas, dapat disimpulkan beberapa saran yang dapat bermanfaat dan berguna sebagai bahan pertimbangan produsen knalpot Purbalingga baik itu label asli maupun label palsu dimasa yang akan datang, yaitu sebagai berikut:

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa citra merek baik itu label asli maupun label palsu memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen knalpot Purbalingga.
 - a. Untuk itu produsen knalpot dengan label asli diharapkan untuk lebih memperbanyak pilihan warna dan memperbaiki design agar lebih menarik konsumen, dan sesuai dengan keinginan.
 - b. Untuk produsen knalpot dengan label palsu diharapkan meningkatkan dalam hal kemasan agar lebih menarik, serta diharapkan produsen dapat membrikan nilai yang sesuai atau bahkan lebih dari produk knalpot dengan apa yang dibayarkan oleh konsumen.
2. Berdasarkan penelitian, kualitas produk memiliki pengaruh yang lebih besar terhadap keputusan pembelian ketimbang citra merek baikitu knalpot dengan label asli maupun knalpot dengan label palsu.
 - a. Untuk knalpot dengan label asli diharapkan produsen dapat menjaga dan bahkan meningkatkan kualitas produk dengan salah satunya menignkatkan kualitas suara yang dihasilkan dalam jangka waktu pemakaian yang lama, meningkatkan berbagai pilihan sesuai keinginan konsumen agar konsumen selalu terpuaskan.

- b. Untuk produsen knalpot dengan label palsu selain meningkatkan sama seperti knalpot dengan label asli diharapkan juga meningkatkan kualitas kemasan agar produk lebih terjaga dalam perjalanan atau untuk disimpan.
3. Peneliti menyarankan peneliti selanjutnya melakukan penelitian menggunakan variabel lainya agar produsen dapat terus meningkatkan penjualan serta kualitas produk yang dijualnya.