

BAB V

SIMPULAN, KETERBATASAN PENELITIAN, DAN SARAN

A. Simpulan

Berdasarkan hasil analisis data yang telah dilakukan tentang pengaruh persepsi kualitas produk, persepsi harga, dan daya tarik iklan terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda *Scoopy*, maka dapat disimpulkan bahwa :

1. Persepsi Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda *Scoopy*.
2. Persepsi Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda *Scoopy*. Pengaruh persepsi harga merupakan yang paling dominan mempengaruhi keputusan pembelian.
3. Daya Tarik Iklan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda *Scoopy*.

B. Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini terdapat beberapa keterbatasan antara lain sebagai berikut:

1. Penelitian ini hanya dilakukan dengan teknik kuesioner sehingga peneliti tidak dapat mengontrol jawaban responden, dimana responden bisa saja tidak jujur dalam menjawab kuesioner.
2. Penelitian ini hanya dilakukan di satu subjek saja yaitu pengguna Sepeda Motor Honda *Scoopy* di Yogyakarta.

C. Saran

1. Bagi Perusahaan

Sebagai bahan pertimbangan dealer Honda dalam rangka menentukan strategis penentuan pengambilan keputusan mengenai produk untuk meningkatkan penjualan.

2. Bagi Konsumen

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan pemahaman dan informasi kepada konsumen terhadap pembelian produk sepeda motor Honda *Scoopy*.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Bagi Peneliti selanjutnya, hasil penelitian ini dapat dijadikan bukti studi kasus dan acuan atau referensi mengenai pembahasan yang berkaitan dengan topik dalam proses perkuliahan.