

BAB V

SIMPULAN

5.1. Simpulan

Berdasarkan hasil analisis data yang terkumpul dari kuesioner mengenai *celebrity endorser*, *product design*, *brand image*, dan *after sales service* terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda Scoopy di Kabupaten Kebumen, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Dari hasil penelitian ini konsumen yang lebih dominan melakukan pembelian sepeda motor Honda Scoopy adalah konsumen yang berusia 17 – 23 tahun dengan jumlah sebanyak 57 responden atau 57%, konsumen yang berjenis kelamin perempuan dengan jumlah sebanyak 61 responden atau 61%, konsumen yang memiliki pekerjaan sebagai Wiraswasta dengan jumlah sebanyak 66 responden atau 66%, dan dengan konsumen yang berpenghasilan Rp 1.000.000 – Rp 2.000.000 dengan jumlah sebanyak 45 responden atau 45%.
2. Berdasarkan hasil uji regresi menunjukkan bahwa variabel *celebrity endorser* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap tingkat keputusan pembelian sepeda motor Honda Scoopy di Kabupaten Kebumen. Hal ini berarti bahwa konsumen melakukan keputusan pembelian Honda Scoopy dipengaruhi oleh kemampuan dari *celebrity endorser* nya.
3. Berdasarkan hasil uji regresi menunjukkan bahwa variabel *product design* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap tingkat keputusan pembelian sepeda motor Honda Scoopy di Kabupaten Kebumen. Hal ini

berarti bahwa semakin bagus kualitas desain yang ada pada Honda Scoopy maka semakin tinggi pula keputusan pembelian sepeda motor Honda Scoopy di Kabupaten Kebumen.

4. Berdasarkan hasil uji regresi menunjukkan bahwa variabel *brand image* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap tingkat keputusan pembelian sepeda motor Honda Scoopy di Kabupaten Kebumen. Hal ini berarti bahwa dengan merk yang terkenal dan mudah diingat dapat mempengaruhi keputusan pembelian sepeda motor Honda Scoopy di Kabupaten Kebumen.
5. Berdasarkan hasil uji regresi menunjukkan bahwa variabel *after sales service* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap tingkat keputusan pembelian sepeda motor Honda Scoopy di Kabupaten Kebumen. Hal ini berarti bahwa layanan yang diberikan kepada konsumen secara baik dan memahami kebutuhan ataupun keluhan konsumen dapat mempengaruhi keputusan pembelian sepeda motor Honda Scoopy di Kabupaten Kebumen.
6. Berdasarkan hasil uji regresi menunjukkan bahwa variabel *celebrity endorser, product design, brand image, dan after sales service* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan secara bersama – sama terhadap tingkat keputusan pembelian sepeda motor Honda Scoopy di Kabupaten Kebumen.

5.2. Keterbatasan

Dalam penelitian ini masih terdapat kekurangan dan keterbatasan. Adanya keterbatasan dalam penelitian yang telah dilakukan diharapkan dapat memberikan evaluasi dan perbaikan untuk penelitian yang akan datang. Keterbatasan dalam penelitian ini antara lain yaitu :

1. Penelitian ini dilakukan pada pembelian sepeda motor Honda Scoopy di Kabupaten Kebumen sehingga hasilnya dapat berbeda jika dilakukan penelitian di lain tempat
2. Penelitian ini belum bisa mengungkapkan secara keseluruhan faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian dan hanya terbatas pada faktor *celebrity endorser*, *product design*, *brand image*, dan *after sales service* sedangkan masih banyak faktor lain yang mempengaruhi keputusan pembelian misalnya harga.

5.3. Implikasi

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *celebrity endorser*, *product design*, *brand image*, dan *after sales service* terhadap keputusan pembelian. Implikasi praktis dan teoritis yang disarankan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

5.3.1. Implikasi Praktis

1. Berdasarkan hasil uji regresi menunjukkan bahwa variabel *celebrity endorser* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap tingkat keputusan pembelian sepeda motor Honda Scoopy di Kabupaten Kebumen. Perusahaan diharapkan dapat memilih

celebrity yang sesuai dengan komunikasi pemasaran dan memiliki reputasi yang baik yang dapat memberikan pengaruh positif sehingga dapat memberikan keyakinan kepada konsumen untuk melakukan keputusan pembelian.

2. Berdasarkan hasil uji regresi menunjukkan bahwa variabel *product design* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap tingkat keputusan pembelian sepeda motor Honda Scoopy di Kabupaten Kebumen. Perusahaan harus mampu meningkatkan lagi kualitas sepeda motor Honda Scoopy, baik mulai dari desainnya yang menarik dan pemilihan warna pada Honda Scoopy sesuai dengan *trend* atau warna yang sedang disukai oleh masyarakat. Selain itu, menambahkan kapasitas mesin yang awalnya 110 cc menjadi 125 cc karena pada dasarnya konsumen merasa bahwa *product design* merupakan bagian penting untuk melakukan keputusan pembelian.
3. Berdasarkan hasil uji regresi menunjukkan bahwa variabel *brand image* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap tingkat keputusan pembelian sepeda motor Honda Scoopy di Kabupaten Kebumen. Perusahaan harus mampu mempertahankan serta meningkatkan *brand image* nya melalui keunggulan dari produknya, khususnya keunggulan serta keunikan yang dimiliki oleh Honda Scoopy sehingga menjadi pembeda dari produk – produk pesaingnya. Selain itu, Honda disarankan untuk lebih

meningkatkan hubungannya dengan konsumen dari kegiatan sosial yang dilakukan, sehingga brand image dari perusahaan serta produknya akan meningkat.

4. Berdasarkan hasil uji regresi menunjukkan bahwa variabel *after sales service* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap tingkat keputusan pembelian sepeda motor Honda Scoopy di Kabupaten Kebumen. Perusahaan harus mampu meningkatkan pelayanan kepada konsumen baik pelayanan berupa konsultasi lanjutan maupun pelayanan jasa yang diberikan, dengan begitu keputusan pembelian akan terus meningkat apabila pelayanan yang diberikan baik serta memuaskan.

5.3.2. Implikasi Teoritis

1. Pengaruh *celebrity endorser* terhadap keputusan pembelian

Hasil menunjukkan bahwa variabel *celebrity endorser* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap tingkat keputusan pembelian sepeda motor Honda Scoopy di Kabupaten Kebumen. Hal ini berarti bahwa konsumen melakukan keputusan pembelian Honda Scoopy dipengaruhi oleh kemampuan dari *celebrity endorser* nya. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Michael Y. Angkasa, Hendra N. Tawas dan Michael Raintung yang membahas tentang Pengaruh *Celebrity Endorser* dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian yang menyatakan bahwa

celebrity endorser berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian

2. Pengaruh *product design* terhadap keputusan pembelian

Hasil menunjukkan bahwa variabel *product design* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap tingkat keputusan pembelian sepeda motor Honda Scoopy di Kabupaten Kebumen. Hal ini berarti bahwa semakin bagus kualitas desain yang ada pada Honda Scoopy maka semakin tinggi pula keputusan pembelian sepeda motor Honda Scoopy di Kabupaten Kebumen. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Anzaruddin Septian Pahlevi dan Sutopoyang membahas tentang Analisis Pengaruh Persepsi Harga, Promosi, Desain Produk, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian yang menyatakan bahwa Desain Produk berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian

3. Pengaruh *brand image* terhadap keputusan pembelian

Hasil menunjukkan bahwa variabel *brand image* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap tingkat keputusan pembelian sepeda motor Honda Scoopy di Kabupaten Kebumen. Hal ini berarti bahwa dengan merk yang terkenal dan mudah diingat dapat mempengaruhi keputusan pembelian sepeda motor Honda Scoopy di Kabupaten Kebumen. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Michael Y. Angkasa, Hendra N.

Tawas dan Michael Raintung yang membahas tentang Pengaruh *Celebrity Endorser* dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian yang menyatakan bahwa citra merek berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian

4. Pengaruh *after sales service* terhadap keputusan pembelian

Hasil menunjukkan bahwa variabel *after sales service* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap tingkat keputusan pembelian sepeda motor Honda Scoopy di Kabupaten Kebumen. Hal ini berarti bahwa layanan yang diberikan kepada konsumen secara baik dan memahami kebutuhan ataupun keluhan konsumen dapat mempengaruhi keputusan pembelian sepeda motor Honda Scoopy di Kabupaten Kebumen. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Afif Yudha Tripariyanto dan Lukmandono yang membahas tentang Pengaruh Kualitas Produk, Harga Produk, Promosi dan Layanan Purna Jual Terhadap Keputusan Pembelian yang menyatakan bahwa layanan purna jual berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian.