

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Dari penelitian yang berjudul “Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Layanan Purna Jual, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian” maka, dapat disimpulkan:

1. Citra Merek tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian mobil Wuling di Surabaya.
2. Kualitas Merek tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian mobil Wuling di Surabaya.
3. Layanan Purna Jual berpengaruh signifikan terhadap variabel Keputusan Pembelian. dibuktikan dengan nilai $t_{hitung} (0,000) < t_{tabel} (1,98525)$, dan mempunyai tingkat signifikansi $4,179 < 0,05$ yang berarti H_0 ditolak dan H_3 diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa layanan purna jual berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Artinya konsumen melakukan keputusan pembelian karena Wuling Motors selalu memberikan yang terbaik dengan jaringan dealer yang tersebar di Indonesia dengan proses claim garansi yang mudah, garansi mesin dan transmisi hingga 5 tahun, suku cadang yang mudah didapat beserta harganya yang terjangkau, pelayanan service, ketersediaan sparepart, perlengkapan yang memadai, dan teknisi yang handal. Membuat layanan purna jual menjadikan salah satu hal penting dalam keputusan pembelian.



4. Harga tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian mobil Wuling di Surabaya.

5.2 Saran

Berdasarkan Simpulan yang telah ditetapkan dapat diberikan beberapa saran sebagai berikut :

1. Bagi peneliti-peneliti selanjutnya disarankan untuk mengganti variabel-variabel independen sehingga tidak menutup kemungkinan apabila menggunakan variabel yang relevan dapat menghasilkan penelitian yang lebih baik.
2. Bagi penelitian selanjutnya disarankan melakukan penelitian terhadap variabel jual kembali (*second²*), karena menurut pendapat penulis variabel jual kembali salah satu hal yang dipikirkan untuk diteliti dalam keputusan pembelian.
3. Bagi perusahaan disarankan untuk lebih meningkatkan layanan purna jual seperti adanya *home service*, mobil pinjaman selama mobil konsumen di *service*.



DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, David A. dan Alexander L. Biel. 2009. *Brand Equity and Advertising: Advertising Role in Building Strong Brand*. Lawrence Erlbaum Associates. Inc., Hillsdale.
- Alma, Buchari. 2013. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Amilia, Suri 2017. Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi di Kota Langsa. *JURNAL Manajemen Dan Keuangan*, Vol.6 (1) : 660-669
- Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gifani, A dan Syahputra, 2017. Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Smartphone Oppo Pada Mahasiswa Universitas Telkom, *Jurnal Bisnis dan Iptek* Vol. 10 (2) : 81-94
- <https://autonetmagz.com/detail-info-wuling-almaz-body-tebal-usung-spek-versi-facelift-di-china/75570/>
- <https://www.bps.go.id/linkTableDinamis/view/id/1133>
- https://files.gaikindo.or.id/my_files/
- Kotler, Phillip dan Armstrong, G, (2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran, Jilid 1*, Erlangga, Jakarta.
- _____ dan Armstrong, G, (2010). *Principles of Marketing, thirteen edition*. New Jersey: Prentice-Hall, Inc.
- _____ (2014), *Principles of Marketin, 12th Edition, Jilid 1* Terjemahan Bob Sabran Jakarta : Erlangga.
- _____ dan Keller, K.L, 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Gelora Aksara Pratama
- _____ 2012. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kurniawan, F. Arifin, Z. Dan Fanani, D, 2018, Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian(Survei kepada para siswa SMAN 15 Surabaya kelas XII yang menggunakan Laptop ber Merek ASUS) *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*|Vol. 56 (1) : 75-81



- Meutia, Dewi 2016. Pengaruh Produk, Harga dan Layanan Purna Jual terhadap Keputusan Pembelian Smartphone di Toko Langsa Ponsel. *Jurnal Manajemen dan Keuangan*, Vol 5 (1) : 449-458
- Rizan, Mohamad. Handayani, Kartika Lestari. Kresnamurti RP, Agung 2015. Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Banding Konsumen Indomie Dan Mie Sedaap), *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI)* Vol 6 (1) : 457-478
- Romadhoni, Muhammad, 2015. Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Sepatu NIKE Pada Mahasiswa FIK UNY. *Skripsi*. Yogyakarta: Fakultas Ilmu Keolahragaan Universitas Negeri Yogyakarta.
- Senly, Alvian, 2017. Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Mobil Mitsubishi Colt Diesel Pada PT. Bosowa Berlian Motor Cabang Bone. *Skripsi*. Makassar: Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Makassar.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- _____ (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta, CV
- Swasta, Basu dan Handoko, Hani. 2010. *Manajemen Pemasaran: Analisa dan Perilaku Konsumen*. BPFE. Yogyakarta.
- _____ 2011. *Manajemen Pemasaran-Analisis Perilaku Konsumen*. Yogyakarta. BPFE.
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Manajemen*. Yogyakarta: Andi.
- _____ 2008. *Strategi Bisnis Pemasaran*. Andi. Yogyakarta
- _____ 2012. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- Wijaya, Tony. 2013. *Metodologi Penelitian Ekonomi & Bisnis Teori & Praktik*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Yusup, Muhammad, 2011. Analisis Pengaruh Promosi, Harga, Kualitas Produk dan Layanan Purna Jual Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda (Studi Kasus pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro Semarang). *Skripsi*. Semarang: Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro

