

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan di atas, maka dapat ditarik kesimpulan yaitu:

Motor merek Honda adalah motor dengan performa yang sangat baik serta terkenal dengan keiritan akan bahan bakar minyak, sehingga seluruh anggota komunitas Persatuan Bentor Sumur Bor memilih untuk menggunakan motor merek Honda untuk dijadikan Bentor. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh maka dapat disarankan yaitu sebagai berikut:

Hendaknya kualitas produk motor merek Honda dipertahankan dan dijadikan lebih baik lagi sehingga keputusan pembelian akan lebih maksimal mengingat bahwa melalui kualitas produk maka akan menghasilkan suatu pencapaian atas kepercayaan konsumen terhadap produk motor merek Honda.

DAFTAR PUSTAKA

- Alfred, Owusu. 2013. Influences of Price And Quality On Consumer Purchase Of Mobile Phone In The Kumasi Metropolis In Ghana A Comparative Study. *European Journal of Business and Management* www.iiste.org ISSN 2222-1905 (Paper) ISSN 2222-2839 (Online) Vol.5, No. 1
- Amirullah. 2002. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Graha ilmu.
- Arikunto, Surhasini. 2002. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Rineka Cipta: Jakarta.
- Arman Hakim Nasution. 2006. *Manajemen industri*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Cruz, Albert Vitales. 2015. Relationship between product quality and customer satisfaction. *Journal of Walden Dissertations and Doctor Studies*.
- Drummond, Helga. 2003. *Pengambilan Keputusan yang Efektif*, PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Fajar, Laksana, 2008, *Manajemen Pemasaran*, Graha Ilmu, Yogyakarta.
- Hendri, Ma'ruf, 2006. *Pemasaran Ritel*. Jakarta : Pt. Gramedia Pustaka Utama.
- Husain Umar, (2003), *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Jamaludin Mohammad, "Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) Merek Aqua", *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, vol.1:1,2013.
- Kotler dan Armstrong, Gary. 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi 12, Jilid 1 dan 2. Jakarta : PT. Macanan Jaya Cemerlang.

Kotler Philip, Alih Bahasa, Hendra Teguh, 2002, *Manajemen Pemasaran*, Edisi Milenium I, Jakarta; PT. Prenhalindo.

Kotler dan Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1. Edisi 13 Jakarta.

Kotler, Philip. 2005. *Manajemen Pemasaran*, jilid 1 dan 2. Jakarta: PT. Indeks: Kelompok Gramedia.

Mangkunegara, A.A. Anwar Prabu. 2009. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

Nasution, M.N, (2001), *Manajemen Mutu Terpadu (Total Quality Management)*, Jakarta: Ghalia Indonesia

Nugroho J. Setiadi. 2003. *Perilaku Konsumen : Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Prenada Media, Bandung.

Peter, J. Paul & Jerry C. Olson, 2008. *Consumer Behavior Prilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.

Setiadi, Nugroho J. 2003. *Perilaku Konsumen*.Kencana. Jakarta.

Sugiyono. 2012. *Metode penelitian bisnis*. Bandung: CV. Alfabeta.

.....2013. *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.

Tjiptono , Fandi. 2000. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta : Andi.

.....2001. *Strategi Pemasaran. Edisi Kedua*. Yogyakarta: Andi.

.....2008. *Service Managament. Mewujudkan Layanan Prima*.

Utami, Christina Widhya. 2006. *Manajemen Ritel: Strategi dan Implementasi Modern*. Edisi Pertama. Jakarta: Salemba Empat.