

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengolahan data dan pembahasan hasil penelitian dapat dirumuskan beberapa kesimpulan penelitian sebagai berikut:

1. Citra merek berpengaruh negatif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Yamaha Aerox di Istana Motor Kuningan. Dibuktikan dengan hasil data yang diperoleh dari uji hipotesis secara parsial yaitu dengan nilai t hitung sebesar $-0,273$ dengan tingkat signifikan $0,000$, jika disimpulkan dengan t tabel ($1,663$) maka artinya t hitung $<$ t tabel.
2. Desain produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Yamaha Aerox di Istana Motor Kuningan. Dibuktikan dengan data yang diperoleh dari uji hipotesis secara parsial yaitu nilai t hitung sebesar $1,782$ dengan tingkat signifikan $0,000$, jika disimpulkan dengan t tabel ($1,1663$) maka artinya t hitung $>$ t tabel. Jadi semakin tinggi tingkat desain produk, maka semakin tinggi juga tingkat keputusan pembelian seorang konsumen.
3. Citra merek dan desain produk secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Yamaha Aerox di Istana Motor Kuningan. Dibuktikan dengan hasil data yang diperoleh dari uji hipotesis secara simultan yaitu dengan nilai f hitung sebesar $1,588$ dengan tingkat signifikan $0,000$, jika disimpulkan dengan f tabel ($3,10$) maka artinya F hitung $>$ f tabel. Artinya semakin baik citra merek dan desain produk maka akan semakin meningkat keputusan pembelian.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah dipaparkan, maka penulis memperoleh beberapa saran dan rekomendasi bagi para pihak yang berkaitan dengan penelitian ini.

1. Bagi perusahaan Yamaha Indonesia

Disarankan bagi produsen sepeda motor Yamaha Aerox untuk dapat mempertahankan serta meningkatkan citra merek dan desain produknya terutama dari sisi desain produknya karena dalam hasil penelitian ini variabel desain produk menunjukkan hasil yang positif dan signifikan, sedangkan citra merek menunjukkan hasil yang negatif dan signifikan. Hal ini dikarenakan konsumen dalam penelitian ini terpengaruh oleh citra merek dan desain produk dalam hal keputusan pembelian sepeda motor Yamaha Aerox.

2. Bagi peneliti selanjutnya

Disarankan untuk dapat meneruskan penelitian ini dengan mencari variabel-variabel lain yang mempengaruhi keputusan pembelian selain dari variabel citra merek dan desain produk. Misalnya, variabel harga, iklan, atau variabel lainnya yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian sepeda motor Yamaha Aerox ini.

