

BAB VI

KESIMPULAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan analisis penelitian yang telah dilakukan pada bab sebelumnya tentang pengaruh citra merek (*Brand Image*), kualitas produk, dan harga terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha N Max di Tulungagung, maka peneliti mengambil kesimpulan dari penelitian ini, yaitu:

1. Hasil pengujian citra merek (*Brand Image*) memberikan pengaruh positif yang signifikan terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha N Max di Tulungagung. Kebanyakan konsumen akan menentukan keputusan pembelian pada produk yang mempunyai citra merek (*Brand Image*) yang baik.
2. Hasil pengujian kualitas produk memberikan pengaruh positif yang signifikan terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha N Max di Tulungagung. Konsumen akan percaya dan memutuskan pembeliannya kepada produk yang memiliki kualitas baik dan bagus.
3. Hasil pengujian harga memberikan pengaruh positif yang signifikan terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha N Max di Tulungagung. Harga merupakan faktor penting dalam mempengaruhi keputusan pembelian.

4. Hasil pengujian secara bersama-sama (simultan) citra merek (*Brand Image*), kualitas produk, dan harga memberikan pengaruh positif yang signifikan antara citra merek (*Brand Image*), kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha N Max di Tulungagung.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas, peneliti memberikan saran-saran yang sekiranya dapat memberikan manfaat kepada pihak-pihak yang terkait dalam penelitian ini:

1. Bagi Akademik

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi pendukung penelitian selanjutnya dalam melakukan penelitian yang berkaitan dengan citra merek (*Brand Image*), kualitas produk, dan harga terhadap keputusan pembelian. Namun, peneliti menyadari masih banyak kekurangan dalam hal kajian maupun teori yang mendukung penelitian. Perlu adanya penelitian lanjutan yang lebih mendalam agar hasil penelitian yang diberikan sesuai dengan kondisi yang sesungguhnya.

2. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan kepada perusahaan untuk menentukan kebijakan dalam hal pemasaran sepeda motor Yamaha N Max. Pada penelitian ini diketahui bahwa citra merek (*Brand Image*), kualitas produk dan harga memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian. Maka bagi perusahaan maupun pemasar sepeda motor Yamaha N Max untuk memperhatikan ketiga hal tersebut yang bisa digunakan sebagai informasi kepada konsumen tentang keunggulan sepeda motor Yamaha N Max. Diharapkan perusahaan mampu menjaga dan meningkatkan pemasaran dari sepeda motor Yamaha N Max.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan peneliti selanjutnya khususnya dalam hal pemasaran produk. Penelitian ini masih banyak keterbatasan dan kekurangan, sehingga untuk penelitian selanjutnya diharap lebih mendalam dengan menambahkan teknik pengumpulan data serta menggunakan variabel yang lebih banyak dan variatif untuk lebih mengetahui faktor-faktor yang bisa mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.