

BAB V

KESIMPULAN & SARAN

Kesimpulan dan saran merupakan bagian terakhir dari laporan penelitian ini yang akan menyimpulkan hasil dari penelitian yang telah dibahas pada bab sebelumnya.

5.1 Kesimpulan

Melalui penyebaran 100 kuesioner kepada pengguna sepeda motor merek kawasaki ninja dapat diketahui bahwa seluruh responden (100%) merupakan pengguna produk kendaraan bermotor merek kawasaki ninja. Pada penelitian ini terdapat pengaruh *brand awareness* terhadap *brand image*.

Melihat tabel jawab responden, ternyata terdapat pengaruh *Brand Awareness* terhadap *brand image*. Hal ini dibuktikan dengan hasil penelitian secara keseluruhan menjelaskan bahwa hasil dari adjusted R square 0.247 atau 24,7% *Brand awareness* mempengaruhi *Brand image* dan sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain

5.2 Keterbatasan penelitian

1. Dalam penelitian ini, peneliti hanya menggunakan satu merek produk saja yaitu kendaraan motor merek kawasaki ninja
2. Dalam penelitian ini hanya pelanggan kendaraan motor merek kawasaki ninja sajalah yang menjadi responden, sehingga pada penelitian ini terdapat kekurangan variasi di dalam jawaban responden

5.3 Saran

Beberapa saran yang dapat diberikan berdasarkan kesimpulan di atas antara lain:

1. Diharapkan pada penelitian mendatang sebaiknya menggunakan merek produk yang lebih banyak digunakan dalam penelitian seperti merek honda, yamaha, dan suzuki
2. Sebaiknya dalam penelitian mendatang tidak hanya menggunakan pengguna Kawasaki ninja di maranatha saja sebagai responden, melainkan di *club-club* kawasaki ninja yang bertempat di bandung dan dealer kawasaki yang menjual produk kawasaki ninja untuk dijadikan responden agar mendapatkan jawaban yang lebih bervariasi sehingga dapat lebih mendukung penelitian selanjutnya.