

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian terhadap konsumen sepeda motor merek Yamaha di dealer “X” Bogor, maka dapat ditarik kesimpulan mengenai kontribusi *brand image* terhadap keputusan pembelian, yaitu sebagai berikut.

1. Secara keseluruhan, keempat aspek *brand image* memberikan kontribusi yang signifikan terhadap keputusan pembelian.
2. Aspek promosi (*promotion*) memiliki kontribusi yang signifikan terhadap keputusan pembelian. Berdasarkan hasil analisis item, hal ini dikarenakan periklanan yang dilakukan Yamaha serta didukung dengan keterlibatan Valentino Rossi menarik perhatian sehingga menjadi hal yang paling mempengaruhi konsumen melakukan keputusan pembelian pada sepeda motor merek Yamaha.
3. Aspek distribusi (*place*) memiliki kontribusi yang signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini dikarenakan lokasi dealer Yamaha yang mudah dicapai sehingga memudahkan konsumen dalam memperoleh produk yang diinginkan.
4. Harga (*price*) memiliki kontribusi yang tidak signifikan terhadap keputusan pembelian sehingga berperan kecil terhadap keputusan pembelian. Berdasarkan hasil analisis item serta wawancara kepada  $\pm 60$  konsumen, konsumen mempersepsi harga yang ditawarkan Yamaha maupun merek-merek lainnya sebenarnya tidak jauh berbeda (*standard*) sehingga harga tidak menjadi pertimbangan yang signifikan.

5. Aspek produk (*product*) memiliki kontribusi yang tidak signifikan terhadap keputusan pembelian. Berdasarkan hasil analisis item diperoleh bahwa variasi model dan tipe yang ditawarkan Yamaha merupakan hal yang sangat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen, hanya saja di sisi lain konsumen merasa kurang puas terhadap pelayanan yang diperoleh melalui dealer Yamaha, pelayanan tersebut berkaitan dengan kecepatan serta ketanggapan dalam menanggapi keluhan konsumen.

## 5.2 Saran

Berdasarkan penelitian mengenai kontribusi *brand image* terhadap keputusan pembelian pada konsumen sepeda motor merek Yamaha di dealer “X” Bogor, peneliti mengemukakan beberapa saran yang dapat dipertimbangkan, yaitu:

### 5.2.1 Saran Teoritis

1. Berdasarkan hasil analisis item pada aspek promosi, keterlibatan Valentino Rossi sebagai *icon* Yamaha turut membawa pengaruh positif pada konsumen, oleh karena itu, bagi penelitian selanjutnya dapat dilakukan penelitian yang lebih mendalam mengenai pengaruh penggunaan *celebrity endorser* dalam promosi terhadap keputusan pembelian produk sepeda motor Yamaha.
2. Bagi penelitian selanjutnya, faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian dapat dipertimbangkan untuk menjadi variabel yang diukur sehingga dapat melengkapi atau memperkaya data yang diperoleh.

### 5.2.2 Saran Praktis

1. Mengingat kurangnya kepuasan terhadap pelayanan yang dirasakan oleh konsumen, pihak dealer “X” Bogor dapat meningkatkan pelayanannya, seperti secara rutin melakukan evaluasi “suara” konsumen sehingga pihak dealer dapat mengetahui

kelebihan dan kekurangan yang dirasakan oleh konsumen. Dengan demikian pihak dealer “X” dapat memperbaiki maupun mempertahankan apa yang dapat menguntungkan baik bagi konsumen maupun bagi dealer.

2. Mengingat promosi yang dilakukan sudah baik, maka untuk mempertahankan atau meningkatkannya, dealer “X” dapat memberikan bonus yang berbeda dari dealer-dealer lain sehingga lebih menarik perhatian konsumen sekaligus mempromosikan dealer “X” itu sendiri.

