

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan, sebagai berikut :

1. Tanggapan konsumen terhadap *Brand Image* sepeda motor Yamaha Mio sudah cukup baik. Hal ini dapat terlihat dari data penelitian yang telah diperoleh, dimana sebagian besar jawaban responden adalah setuju (positif) pada saat diajukan pertanyaan mengenai *Brand Image* sepeda motor Yamaha Mio
2. Keputusan pembelian konsumen terhadap sepeda motor Yamaha Mio secara keseluruhan sudah baik. Hal ini dapat dibuktikan melalui data kuesioner yang telah diolah, dimana sebagian besar jawaban responden adalah setuju (positif) pada saat diajukan pertanyaan mengenai keputusan pembelian sepeda motor Yamaha Mio oleh konsumen.
3. Pengaruh *Brand Image* sepeda motor Yamaha terhadap keputusan pembelian, dimana r_s sebesar 0,562 yang terbukti bahwa terdapat hubungan yang cukup kuat antara variabel *Brand Image* terhadap Keputusan Pembelian sepeda motor Yamaha Mio. Jika dilihat dari koefisien Determinasi didapat 31,60 % Keputusan pembelian konsumen dipengaruhi oleh *Brand Image* yang ada di benak konsumen, sedangkan 68,40 % dipengaruhi oleh faktor lain. dimana faktor lainnya bisa berasal

dari pesaing lain yang mengatakan lebih terkenal dengan mesin bandel dan iritnya bahan bakar, dan dalam harga jual kembali tetap tinggi (tingginya puna jual produk) dibanding dengan motor Yamaha, faktor lainnya karena banyak asumsi dari konsumen bahwa motor *matic* sulit untuk melakukan perawatan apabila terjadi kerusakan akan lebih sulit untuk memperbaikinya. Karena sistem yang terlalu rumit sehingga harus sangat ekstra hati-hati dalam menjaga kondisi mesin motor *matic*. Selain itu juga faktor periklanan cukup berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

5.2 Saran

Adapun beberapa saran yang diharapkan akan dapat bermanfaat pada perusahaan yaitu :

- 1 Perusahaan hendaknya meningkatkan frekuensi iklan secara *continue*, baik di media elektronik maupun di media massa. Tujuannya adalah untuk mengingatkan kembali masyarakat terhadap produk yang sudah ada, sekaligus meningkatkan kesadaran mereka akan produk yang dihasilkan perusahaan yang pada akhirnya nama merek tersebut akan tertanam dalam benak konsumen untuk jangka waktu yang lama.
- 2 Meningkatkan teknologi dengan penghematan bahan bakar agar tidak kalah bersaing dengan merek- merek sepeda motor lainnya.
- 3 Ditingkatkan lagi variasi warnanya agar lebih menarik konsumen untuk melakukan pembelian. Dimana warna *body* dipadukan secara menarik antara warna gelap dan warna terangnya.