

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan menggunakan analisis PLS (*Partial Least Square*) mengenai Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor *Matic* Honda Beat (Studi Kasus Pada Konsumen Ciledug), maka didapat kesimpulan sebagai berikut:

- a. Variabel citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian sepeda motor *matic* Honda Beat. Sehingga dapat disimpulkan bahwa semakin baik citra merek sepeda motor *matic* Honda Beat, semakin tinggi pula keputusan pembelian sepeda motor *matic* Honda Beat di wilayah Ciledug, demikian pula sebaliknya.
- b. Variabel kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian sepeda motor *matic* Honda Beat. Sehingga dapat disimpulkan bahwa semakin baik kualitas produk sepeda motor *matic* Honda Beat, semakin tinggi pula keputusan pembelian sepeda motor *matic* Honda Beat di wilayah Ciledug, demikian pula sebaliknya.
- c. Variabel promosi tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian sepeda motor *matic* Honda Beat. Artinya, promosi yang terdapat pada sepeda motor *matic* Honda Beat tidak dapat berkontribusi terhadap keputusan pembelian pada konsumen di Ciledug.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan sebagai berikut:

- a. Penelitian ini hanya melakukan penyebaran kuesioner kepada 70 responden sehingga kesimpulan yang dapat diambil hanya berdasarkan pada hasil jawaban responden yang dikumpulkan pada kuesioner tersebut.
- b. Responden dalam penelitian ini hanya mengambil responden yang merupakan pengguna sepeda motor *matic* Honda Beat di Ciledug,

- c. sehingga penelitian ini tidak dapat digeneralisasi untuk keputusan pembelian di daerah manapun.
- d. Jumlah variabel yang digunakan terbatas yang hanya mencakup citra merek, kualitas produk, promosi, dan keputusan pembelian. Berdasarkan hal tersebut, diharapkan peneliti selanjutnya menggunakan variabel-variabel lain guna menyempurkan sebuah penelitian.

5.3 Saran

Berdasarkan kesimpulan dan pembahasan diatas maka saran yang dapat diberikan sebagai berikut:

- a. Pada variabel citra merek, peneliti memberikan saran agar sepeda motor *matic* Honda Beat dapat meningkatkan dan membentuk citra yang lebih baik dalam pikiran konsumen agar pada saat akan membeli sepeda motor *matic*, Honda Beat akan menjadi pilihan utama. Selain itu untuk meningkatkan penjualan dan dapat bertahan dalam persaingan dengan produsen sepeda motor *matic* lainnya.
- b. Pada variabel kualitas produk, peneliti memberikan saran agar sepeda motor *matic* Honda Beat dapat meningkatkan kualitas secara keseluruhan terutama pada bagian mesin agar konsumen dapat menggunakan Honda Beat untuk jangka waktu yang lama dan tetap merasa nyaman saat berkendara dengan jarak yang jauh.
- c. Pada variabel promosi, peneliti memberikan saran agar sepeda motor *matic* Honda Beat dapat memberikan promo seperti potongan harga dan meningkatkan promosi seperti melalui iklan agar dapat meningkatkan keputusan pembelian konsumen terhadap sepeda motor *matic* Honda Beat.