

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan uji hipotesis dan analisis yang telah dilakukan memakai software SmartPLS 3.2.8, maka ditemukan hasil terkait pengaruh kualitas produk, citra merek dan promosi terhadap keputusan pembelian konsumen motor Suzuki. Maka hasil penelitian dapat disimpulkan sebagai berikut:

Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil tersebut membuktikan bahwa kualitas produk dapat mempengaruhi keputusan pembelian seperti kinerja, kesesuaian, dan estetika. Sehingga, dapat dikatakan bahwa konsumen akan membuat keputusan untuk melakukan pembelian pada motor suzuki berdasarkan kinerja pada sepeda motornya, kesesuaian yang ditawarkan dan kombinasi segi warna pada cat motor suzuki.

Citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil tersebut membuktikan bahwa citra merek dapat mempengaruhi keputusan pembelian seperti *strenght of brand associations, favorability of brand associations, and uniqueness of brand associations*. Sehingga, dapat dikatakan bahwa konsumen akan cenderung membuat keputusan untuk melakukan pembelian pada motor suzuki berdasarkan keunggulan motor suzuki seperti motor yang dikenal memiliki kualitas mesin sangat baik serta tidak mudah rusak dan suzuki memiliki karakteristik atau atribut yang unik.

Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil tersebut membuktikan bahwa promosi dapat mempengaruhi keputusan pembelian seperti pesan promosi, media promosi, dan waktu promosi. Sehingga, dapat dikatakan bahwa konsumen akan cenderung membuat keputusan untuk melakukan pembelian pada motor suzuki dikarenakan melihat promosi suzuki yang menggunakan media online dan offline serta membuka booth pada event tertentu.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Dalam melakukan penelitian ini, ada beberapa keterbatasan yang dihadapi oleh peneliti. Keterbatasan tersebut mungkin dapat ditingkatkan pada penelitian

selanjutnya, adapun batasan dalam melakukan penelitian ini adalah tidak banyaknya konsumen atau masyarakat yang menggunakan motor suzuki dibandingkan kompetitor mereka sehingga menjadi keterbatasan peneliti pada saat melakukan penelitian.

5.3 Saran

Berdasarkan hasil analisis pembahasan serta simpulan yang sudah dijelaskan, maka terdapat saran dari peneliti sebagai masukan bagi perusahaan terkait maupun bagi peneliti selanjutnya agar dapat menjadi lebih baik. Berikut saran yang diberikan oleh peneliti:

1. Pihak PT Suzuki indomobil motor agar terus mempertahankan serta menjaga standar dan kualitas motornya sesuai dengan apa yang ditawarkan kepada konsumen sehingga harus dipertahankan oleh perusahaan. Tetapi, ada yang harus ditingkatkan oleh suzuki yaitu desain motornya, suzuki diharapkan dapat memperbarui atau memperbaiki desain motornya agar dapat menarik perhatian konsumen.
2. Pihak PT Suzuki indomobil motor diharapkan agar menyediakan sparepart atau orderdil yang mudah didapatkan oleh konsumen dan menghilangkan citra negatif yang selalu muncul dibenak konsumen mengenai sparepart atau onderdil suzuki yang sulit dicari.
3. Peneliti selanjutnya diharapkan dapat mencari tahu lebih dalam terkait variabel yang dipakai dalam penelitian ini dan juga menggunakan serta menambahkan variabel lainnya yang dapat dipakai sebagai bahan penelitian. Seperti desain produk, merek, harga, iklan, persepsi kualitas, persepsi produk, persepsi harga, fitur produk, inovasi produk, kualitas pelayanan, gaya hidup, dan desain sehingga dapat mengetahui faktor lainnya yang dapat mempengaruhi variabel keputusan pembelian.