

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan melalui analisis *Partial Least Square* (PLS) mengenai Minat Beli Sepeda Motor *Matic* Honda Scoopy (Studi Pada masyarakat RW.16 Pabuaran Citayam), maka disimpulkan sebagai berikut:

- a. Citra merek berpengaruh signifikan terhadap minat beli pada sepeda motor *matic* Honda Scoopy. Hal ini dapat dijelaskan bahwa semua konsumen setuju tertarik melihat citra yang baik dari suatu produk dan atribut produk Honda Scoopy serta evaluasi keseluruhan yang baik dari suatu produk untuk melakukan minat pembelian sepeda motor *matic* Honda Scoopy untuk memenuhi kebutuhan. Hal ini dikarenakan banyak faktor yang mempengaruhi seseorang dalam melakukan minat beli misalnya dengan melihat kualitas produk dan harga. Sehingga hasil untuk variabel citra merek sesuai dengan hipotesis yang telah dibuat, karena hipotesis yang dibuat yaitu citra merek berpengaruh signifikan terhadap minat beli.
- b. Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap minat beli pada sepeda motor *matic* Honda Scoopy. Hal ini dapat dijelaskan bahwa konsumen setuju fitur teknologi *stand switch* yang dimiliki Honda Scoopy membuat akselerasi Honda Scoopy lebih baik dibandingkan sepeda motor sejenis lainnya, serta melihat kualitas yang dimiliki Honda Scoopy dan kinerja Honda Scoopy, serta daya tahan yang dimiliki sepeda motor *matic* Honda Scoopy sebagai faktor penentu saat konsumen akan melakukan minat pembelian terhadap suatu produk. Sehingga hasil untuk variabel kualitas produk sesuai dengan hipotesis yang telah dibuat, karena hipotesis yang dibuat yaitu kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap minat beli.

- c. Harga memberikan pengaruh tidak signifikan terhadap minat beli pada sepeda motor *matic* Honda Scoopy. Hal ini dapat dijelaskan bahwa konsumen kurang setuju Honda Scoopy menawarkan harga yang sesuai dengan kualitas yang dimiliki Honda Scoopy sebagai pertimbangan konsumen untuk membeli sepeda motor *matic* Honda Scoopy tersebut. Sehingga hasil untuk variabel harga sesuai dengan hipotesis yang telah dibuat, karena hipotesis yang dibuat yaitu harga berpengaruh tidak signifikan terhadap minat beli.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Dalam penelitian yang telah dijalankan tentunya mempunyai banyak keterbatasan. Keterbatasan yang membatasi penelitian ini, antara lain:

- a. Penelitian ini hanya menggunakan 75 kuesioner yang dibagikan kepada 75 responden sehingga kesimpulan yang dapat diambil hanya berdasarkan pada data yang dikumpulkan melalui kuesioner tersebut.
- b. Jumlah variabel yang digunakan terbatas hanya mencakup Citra Merek, Kualitas Produk, Harga dan Minat Beli. Diharapkan peneliti selanjutnya menggunakan variabel lain selain variabel pada penelitian ini guna menyempurnakan penelitian.

5.3 Saran

Berdasarkan uraian kesimpulan di atas, maka penulis dapat memberikan saran sebagai berikut:

- a. Perusahaan diharapkan dapat mempertahankan citra merek dan kualitas produk dengan lebih memperhatikan pengembangan baik dari segi model dan lini produknya sehingga bisa memberikan dampak positif kedepannya untuk kedua belah pihak antara perusahaan maupun konsumen.
- b. Saran untuk penelitian selanjutnya diharapkan agar dapat menambahkan beberapa variabel diluar variabel bebas lain yang lebih bervariasi untuk mengetahui pengaruh-pengaruh variabel minat beli secara lebih mendalam, seperti: promosi penjualan, persepsi harga, iklan, dll.

- c. Honda Scoopy diharapkan terus berinovasi agar terus berkembang dan membuat produk yang sesuai dengan kebutuhan konsumen saat ini.

