

## **BAB V**

### **SIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Simpulan**

Berdasarkan hasil dari serangkaian penelitian serta uji hipotesis melalui analisis PLS (*Partial Least Square*) pada pembahasan bab sebelumnya mengenai pengaruh citra merek, kualitas produk dan promosi penjualan terhadap keputusan pembelian pada Yamaha Nmax di Kecamatan Jagakarsa, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

- a. Citra merek berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Yamaha Nmax. Hal ini menunjukkan bahwa citra merek yang dimiliki oleh Yamaha Nmax sudah baik sehingga mempengaruhi konsumen dalam melakukan keputusan pembelian, Artinya bahwa jika suatu perusahaan memiliki suatu citra merek yang baik maka konsumen tersebut akan memiliki suatu kepercayaan terhadap produk tersebut dan menimbulkan suatu keputusan pembelian produk tersebut. Citra merek juga dapat membuat konsumen merasa loyal pada suatu produk karena apabila konsumen tersebut sudah memiliki kepercayaan terhadap suatu produk tersebut, maka apabila konsumen tersebut ingin membeli suatu produk yang serupa konsumen tersebut akan membeli dengan merek yang sudah dipercayainya.
- b. Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Yamaha Nmax. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas produk yang dimiliki oleh Yamaha Nmax sudah baik sehingga mempengaruhi konsumen untuk melakukan suatu keputusan pembelian, Artinya bahwa dengan kualitas produk yang baik maka akan membuat konsumen tertarik akan produk tersebut, karena dengan adanya kualitas yang baik maka konsumen akan mendapatkan keuntungan dari produk yang mereka beli. Seperti halnya motor Yamaha Nmax memiliki kualitas produk yang baik seperti sistem bahan bakar yang dimiliki oleh Yamaha Nmax menggunakan teknologi *blue core* yang membuat penggunaan bahan bakar lebih efisien dan tidak mengeluarkan banyak biaya untuk melakukan suatu perjalanan.

- c. Promosi penjualan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Yamaha Nmax. Hal ini menunjukkan bahwa promosi penjualan yang dilakukan Yamaha Nmax tidak mempengaruhi suatu konsumen melakukan suatu keputusan pembelian. Artinya bahwa promosi yang ditawarkan oleh pihak Yamaha tidak menjadi kendala terjadinya keputusan pembelian konsumen, ada atau tidaknya promosi yang ditawarkan tidak menjadi tolak ukur konsumen untuk membeli.

## **5.2 Keterbatasan Penelitian**

Penelitian ini telah dibuat sesuai dengan prosedur yang telah ditetapkan, akan tetapi masih terdapat keterbatasan dalam penelitian ini, dikarekan:

- a. Karena adanya keterbatasan waktu dalam mencari jumlah sampel yang sesuai dengan kriteria penelitian ini maka penelitian ini hanya menggunakan 75 responden yang dapat diambil berdasarkan pada data yang dikumpulkan melalui kuesioner.
- b. Penelitian ini hanya menggunakan variabel citra merek, kualitas produk, promosi penjualan, dan keputusan pembelian. Diharapkan untuk para peneliti selanjutnya dapat menggunakan variabel lain seperti iklan, harga, saluran distribusi, lokasi, dll untuk menyempurnakan penelitian.

### 5.3 Saran

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

- a. Peneliti menyarankan kepada perusahaan Yamaha di Indonesia agar dapat mempertahankan/meningkatkan citra merek Yamaha Nmax yang telah dikenal masyarakat memiliki body yang besar dan kesan mewah. Karena apabila suatu perusahaan memiliki citra merek yang baik maka konsumen akan menimbulkan suatu kepercayaan terhadap produk tersebut dan konsumen akan merasa loyal pada suatu produk apabila perusahaan tersebut memiliki citra merek yang baik dimata masyarakat.
- b. Peneliti menyarankan kepada perusahaan Yamaha di Indonesia agar selalu memperhatikan kualitas produk Yamaha Nmax dengan mempertahankan dan meningkatkan fitur-fitur yang ada seperti sistem *Key Less*(menyalakan motor menggunakan remote) yang belum ada di Yamaha Nmax.
- c. Peneliti menyarankan untuk penelitian selanjutnya agar dapat menggunakan variabel lainnya selain variabel pada penelitian ini terkait dengan keputusan pembelian seperti harga, kualitas pelayanan, kesadaran merek.