

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Sebagaimana telah disampaikan sebelumnya, hasil penelitian dan pembahasan menghasilkan kesimpulan sebagai berikut:

1. *Brand image* secara parsial terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian motor honda capella, dengan hasil t hitung $8,296 > t$ tabel $1,974$ dan *sig* $0,000 < 0,05$.
2. Promosi secara parsial terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian motor Honda Capella dengan hasil t hitung $2.872 > t$ tabel $1,974$ dan *Sig* $0,005 < 0,05$.
3. Kualitas produk secara parsial terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian motor Honda Capella dengan hasil t tabel $7,074 > t$ tabel $1,974$ dan *Sig* $0,000 < 0,05$
4. Brand image, promosi, dan kualitas produk secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian motor Honda Capella dengan hasil; f hitung $774,240 > f$ tabel $2,66$ dan *Sig* $0,000 < 0,05$.

5.2 Saran

Mengingat apa yang telah ditemukan sehubungan dengan temuan dan analisis penelitian ini, rekomendasi berikut dapat dibuat:

1. Yakinkan kepada motor Honda Capella mampu berkonsentrasi dalam meningkatkan *brand image* dengan mengembangkan *brand image* yang tepat, yang meliputi *positioning* yang tepat, memiliki nilai merek yang tepat, dan memiliki ide yang tepat.
2. Dengan mengidentifikasi pelanggan yang tepat dan untuk melakukan keputusan pembelian motor Honda Capella diharapkan dapat memperluas jumlah promosi yang dilakukan.
3. Diharapkan kepada motor Honda Capella berada pada tahap pengendalian kualitas produk, yang mencakup perencanaan untuk mencapai keunggulan bagi pelanggan dan menjaga jenis produk yang diberikan dengan kualitas lebih tinggi untuk mendorong keputusan pembelian.
4. Diharapkan kepada peneliti dengan memasukkan lebih banyak variabel independen dan jumlah sampel yang lebih banyak, diharapkan peneliti nantinya dapat mengembangkan hasil penelitian. Hal ini dilakukan guna meningkatkan tingkat minat terhadap hasil penelitian dan menambah variasi penelitian.