

BAB IV

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, frekuensi tanggapan konsumen di dalam kuesioner *brand image* dan keputusan pembelian sepeda motor Honda Beat F1 di Nusantara Baru Motor sangat baik dalam persepsi mereka terhadap *Image* Honda. Hal ini dapat dilihat dari tanggapan konsumen mengenai beberapa pertanyaan tentang *brand image* sepeda motor honda Beat F1 yang menjawab setuju sebanyak 55,25%. Begitu pula dengan tanggapan konsumen mengenai keputusan pembelian sepeda motor Honda Beat F1 yang menjawab setuju 53,88%.
2. Dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif *brand image* terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda Beat F1 di Nusantara Baru Motor. Dengan pengaruh *brand image* terhadap keputusan pembelian sebesar 77,4% sementara sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti sebesar 22,6%. Sedangkan analisis regresi yang didapatkan dari hasil uji hipotesis menyimpulkan bahwa variabel *brand image* mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian terbuktit-hitung sebesar 12,805 dengan tingkat signifikansi 0,000 dan nilai t-hitung lebih besar dari nilai t-tabel ($12,805 > 2,010$).

B. Saran

1. Dari pernyataan responden terhadap *brand image* sepeda motor Honda mengenai skuter matic Honda Beat F1 membuat tampil gaya, 14 responden menjawab tidak setuju. Maka disarankan agar sepeda motor Honda sebaiknya lebih mengembangkan kualitas produknya.
2. Dari pernyataan mengenai menggunakan sepeda motor matic Honda Beat F1 menimbulkan rasa percaya diri, didapat 10 jawaban responden yang menjawab tidak setuju. Maka diharapkan Honda dapat lebih menciptakan kebanggaan dan rasa percaya diri pada konsumennya ketika menggunakan motor merek Honda.
3. Dalam pernyataan merasa bangga jika menggunakan sepeda motor merek Honda dibandingkan motor merek lain, didapat 13 jawaban responden menjawab tidak setuju. Hal ini berarti sebagian responden biasa saja ketika menggunakan sepeda motor Honda. Maka diharapkan lebih meningkatkan atau mempertahankan *image* yang telah ada di benak konsumen sehingga akan memberikan keyakinan bahwa motor Honda produk motor terkenal yang sudah menggelobal. Sehingga konsumen bisa merasa bangga jika menggunakan motor merek Honda.
4. Dalam pernyataan keputusan pembelian didapat pernyataan tertarik menggunakan sepeda motor Honda Beat F1 setelah melihat iklannya. 10 responden menjawab tidak setuju. Maka disarankan agar Honda lebih meningkatkan promosi iklannya agar lebih menarik lagi sehingga konsumen tertarik melihat iklannya.

5. Dalam pernyataan keputusan pembelian didapat pernyataan mencari informasi sepeda motor Honda dengan mendatangi dealer resmi Honda yang menjual Honda Beat. 15 responden menjawab tidak setuju. Maka disarankan agar Honda lebih menambah saluran informasi selain melalui dealer, yaitu dengan melalui pameran otomotif. Supaya konsumen juga dapat melihat langsung keunggulan sepeda motor Honda.
6. Dalam pernyataan keputusan pembelian didapat pernyataan mencari informasi Honda Beat F1 melalui media elektronik (web resmi Honda). 10 responden menjawab tidak setuju. Maka disarankan agar Honda lebih menambah saluran informasi selain melalui web resmi Honda, yaitu dengan melalui pameran otomotif. Supaya konsumen juga dapat melihat langsung keunggulan sepeda motor Honda.
7. Dalam pernyataan keputusan pembelian yaitu mencari informasi Honda Beat F1 melalui media cetak. 18 responden menjawab tidak setuju. Hal ini karena responden mencari informasi bukan hanya melalui media cetak. Maka diharapkan agar Honda lebih meningkatkan kegiatan secara langsung melalui pameran otomotif. Supaya konsumen juga dapat melihat langsung keunggulan sepeda motor Honda.
8. Dalam pernyataan membeli sepeda motor Honda Beat F1 karena memiliki ragam pilihan warna. 13 responden menjawab tidak setuju. Hal ini berarti sebagian besar responden membeli motor Honda Beat F1 bukan karena ragam pilihan warnanya. Maka disarankan agar Honda lebih tanggap terhadap apa yang diharapkan oleh konsumen dari produk motor Honda.