

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data penelitian dan pembahasan sebagaimana tergambar pada BAB IV, maka dapat di ambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Nilai $t_{hitung} > t_{tabel} = 2,915 > 1,984$ dengan nilai signifikan $0.004 < 0.05$. Hal ini membuktikan bahwa variabel kualitas produk (X_1) berpengaruh sangat signifikan terhadap variabel keputusan pembelian (Y). Sehingga dapat dinyatakan bahwa H_a diterima dan H_o ditolak. Adapun nilai pengaruhnya dapat dilihat pada *Standardized Coefficients* Beta = 0.224 atau sama dengan 22,4%.
2. Nilai $t_{hitung} > t_{tabel} = 7,727 > 1,984$ dengan nilai signifikan $0.000 < 0.05$. Hal ini membuktikan bahwa variabel brand image (X_2) berpengaruh sangat signifikan terhadap variabel keputusan pembelian (Y). Sehingga dapat dinyatakan bahwa H_a diterima dan H_o ditolak. Adapun nilai pengaruhnya dapat dilihat pada *Standardized Coefficients* Beta = 0.593 atau sama dengan 59,3%.
3. Nilai $F_{hitung} > F_{tabel} = 38,607 > 3,09$ dengan nilai signifikan $0.000 < 0.05$. Hal ini membuktikan bahwa variabel kualitas produk (X_1) dan variabel brand image (X_2) secara bersama (simultan) berpengaruh sangat signifikan terhadap variabel keputusan pembelian (Y). Sehingga dapat dinyatakan bahwa H_a diterima dan H_o ditolak.

Adapun nilai pengaruhnya dapat dilihat pada nilai *Adjusted R Square* pada *model summary* = 0.432 atau setara dengan 43,2% sedangkan sisanya 56,8% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan dan seluruh pembahasan yang telah dijabarkan sebelumnya, maka saran yang dapat diberikan oleh peneliti adalah sebagai berikut :

1. Dalam kualitas produk, produsen Yamaha harus dapat memberikan perhatian yang lebih besar mengenai bentuk produk yang ditampilkan pada Yamaha Vixion yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan konsumen, seperti ukuran body motor, tenaga porsi, dan motor agar konsumen tidak akan berpindah ke merk yang lain, dan penjualan sepeda motor Yamaha Vixion meningkat.
2. Dari hasil penelitian ini brand image memiliki dampak yang positif sehingga perlu terus ditingkatkan lagi karakter atau diperkuat lagi mengenai merek Yamaha karena dengan dikuatkannya brand image maka akan memunculkan kepercayaan yang pada akhirnya akan menimbulkan keputusan pembelian pada perusahaan Yamaha atau dealer-dealer Yamaha.

3. Meningkatkan serta menjaga kualitas produk dan brand image sehingga keputusan pembelian akan terpenuhi dan terjaga sepanjang waktu. Namun hasil penelitian menunjukkan sebesar 43,2% sedangkan sisanya 56,8% dipengaruhi faktor lain, maka perlu juga memperhatikan variabel-variabel lain yang tidak menjadi objek penelitian ini.