

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen Yamaha N-Max di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surabaya.
2. Kualitas produk tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian Yamaha N-Max di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surabaya.
3. Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Yamaha N-Max di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surabaya.
4. Terdapat pengaruh secara positif dan signifikan Citra Merek, Kualitas Produk, dan Promosi secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian Yamaha N- Max di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surabaya.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan tersebut maka dapat dirumuskan saran adalah sebagai berikut:

1. Untuk perusahaan lebih memperhatikan lagi mengenai citra merek Yamaha N-Max dikalangan masyarakat dan karena citra merek dapat berpengaruh pada pandangan masyarakat yang mana masyarakat dapat dengan mudah menentukan keputusan pembelian hal itu pula perusahaan dapat bersaing secara langsung dengan competitor.

2. Perusahaan diharapkan dapat meningkatkan kualitas produk terutama dalam hal kinerja, seperti meningkatkan kenyamanan dan manfaat produk secara maksimal bagi konsumen, serta kesesuaian produk dengan spesifikasi dengan cara menaikkan standar kualitas produk terkait bahan yang digunakan.
3. Dampak dari adanya Promosi menghasilkan dampak positif terhadap keputusan pembelian. Dengan adanya penelitian ini, peneliti menyarankan agar perusahaan meningkatkan pendapatan iklan karena promosi adalah komunikasi yang dilakukan perusahaan dengan konsumen yang akan meningkatkan keputusan pembelian pelanggan, terutama dalam hal menempatkan iklan audio visual yang menarik. Ini adalah indikator yang baik, namun akan lebih baik jika perusahaan memperbanyak jumlah iklan audiovisual yang lebih menarik untuk menyampaikan informasi tentang produk agar lebih merangsang pembeli untuk mengambil keputusan pembelian.
4. Perusahaan juga meningkatkan dan mengembangkan citra merek pada produk, walaupun citra merek lebih ditingkatkan maka produk tersebut jadi jauh lebih elegant dan berkelas, ditambah dengan lebih meningkatkan kualitas produk yang lebih unggul dan canggih, dan perusahaan juga harus memodifikasi desain dengan yang lebih baik serta mengikuti zaman dari sebelumnya, sekaligus dalam mempromosikan perusahaan juga bisa memberikan diskon kepada pelanggan sehingga menarik minat konsumen untuk membeli produk sehingga disukai semua kalangan dan minat beli konsumen meningkat.