

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada bab sebelumnya, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Citra Merek produk sepeda motor honda beat pada responden PT.Daya Anugrah Mandiri Honda Daya Motor berada pada interval 2990 dan termasuk pada kategori cukup. Artinya untuk saat ini tanggapan responden mengenai Citra Merek sepeda motor honda beat mengalami penurunan, dan hal ini bisa dilihat dari setiap dimensi yang dijadikan indikator pertanyaan-pertanyaan yang ada di dalam variabel Citra Merek
2. Inovasi Produk sepeda motor honda beat pada responden PT.Daya Anugrah Mandiri Honda Daya Motor berada pada interval 1787 dan tanggapan responden setelah diakumulasikan tentang inovasi produk sepeda motor honda beat berada pada kategori kurang baik. Artinya inovasi produk yang dilakukan oleh perusahaan membuat konsumen jenuh dengan inovasi yang itu-itu saja.
3. Keputusan Pembelian sepeda motor honda beat pada PT.Daya Anugrah Mandiri Honda Daya Motor berada pada interval 2341 dan tanggapan responden setelah diakumulasikan tentang keputusan pembelian sepeda motor honda beat berada pada kategori cukup. Hal ini terlihat dari banyaknya responden yang menyatakan kurang setuju dan cukup, dengan memberikan skor 3 sampai 6 untuk pembelian produk sepeda motor honda

beat karena dalam pembelian konsumen kadang disulitkan karena jenis yang diinginkan terkadang tidak ada atau warna yang diinginkan tidak sesuai.

4. Terdapat pengaruh positif yang signifikan secara parsial dari variabel Citra Merek terhadap Keputusan pembelian pada produk sepeda motor honda beat.
5. Terdapat pengaruh positif yang signifikan secara parsial dari variabel Inovasi Produk terhadap Keputusan pembelian pada produk sepeda motor honda beat.
6. Terdapat pengaruh positif yang signifikan dari variabel Citra Merek dan Inovasi Produk secara simultan terhadap Keputusan pembelian pada produk sepeda motor honda beat.

5.2 Saran

Berikut ini penulis memberikan beberapa saran yang selanjutnya dapat dijadikan referensi oleh perusahaan guna menyelesaikan permasalahan yang terjadi pada PT. Daya Anugrah Mandiri Honda Daya Motor pada produk sepeda motor honda beat, sebagai berikut:

1. Berdasarkan pembahasan dan kesimpulan yang sudah dikemukakan mengenai Citra Merek produk sepeda motor honda beat yang masih termasuk dalam kategori cukup, jika dilihat dari kepribadian merek produsen sepeda motor honda beat harus bisa menciptakan kepribadian yang berbeda dari pada merek lain agar konsumen dapat merasakan bahwa

kepribadian yang terdapat dalam sepeda motor honda beat sangat berbeda dari pada produk lain.

2. Inovasi produk terhadap produk sepeda motor honda beat masuk dalam kategori kurang baik, padahal jika dilihat dari sejarahnya honda beat cukup memiliki inovasi yang bagus dan seharusnya berada dalam kategori baik. Saran dari penulis produsen sepeda motor honda beat harus bisa menciptakan suasana lain ketika konsumen menggunakan produk tersebut yang membuat konsumen merasa nyaman dengan segala inovasi yang telah dilakukan oleh perusahaan.
3. Keputusan Pembelian terhadap produk sepeda motor honda beat masih cukup, tetapi produsen sepeda motor honda beat harus bisa mendiferensiasikan produk sehingga konsumen cepat dalam melakukan keputusan pembelian terhadap produk sepeda motor honda beat.
4. Citra Merek memiliki pengaruh yang besar terhadap terbentuknya keputusan pembelian konsumen sepeda motor honda beat. Citra Merek sepeda motor honda beat mengalami penurunan walaupun masih berada dalam kategori cukup. Produsen sepeda motor honda beat harus bisa lebih menunjukkan diferensiasi honda beat yang berbeda agar lebih berbeda dan memiliki penilaian yang positif dalam persepsi konsumen jika dibandingkan dengan produk pesaing.
5. Inovasi produk juga memiliki pengaruh yang besar terhadap keputusan pembelian konsumen. Inovasi produk sepeda motor honda beat saat ini berada dalam kategori kurang baik karena banyaknya pesaing yang semakin banyak mengeluarkan produk sepeda motor matic terbaru yang

bisa saja membuat konsumen untuk memutuskan membeli produk pesaing karena inovasi yang dilakukan pesaing lebih baik. Sarannya produsen sepeda motor honda beat harus bisa menciptakan inovasi yang lebih canggih dan ramah lingkungan.

6. Keputusan pembelian yang tinggi dapat meningkatkan keuntungan bagi perusahaan dan menciptakan loyalitas pada konsumen. Untuk dapat meningkatkan keputusan pembelian terdapat beberapa program yang dapat dilakukan oleh perusahaan diantaranya membangun hubungan yang baik dengan konsumen melalui event dan social media serta meningkatkan kualitas pelayanan. Citra merek yang positif dan inovasi produk yang baik dimata konsumen secara tidak langsung akan meningkatkan dan mendorong konsumen untuk melakukan pembelian.

