

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diuraikan sebelumnya, maka dapat dikemukakan beberapa kesimpulan penelitian sebagai berikut :

1. Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian sepeda motor merek Yamaha.
2. Citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian sepeda motor merek Yamaha.

#### **5.2 Saran**

1. Saran yang dapat di berikan kepada perusahaan sepeda motor merek Yamaha untuk selalu meningkatkan kualitas produknya agar pelanggan akan meningkatkan keputusan pembelianya terhadap produk Yamaha.
2. Saran untuk perusahaan sepeda motor merek Yamaha agar selalu menjaga citra dari merek produk perusahaan Yamaha agar pelanggan dapat dengan mudah mengingat Kekuatan,Keunggulan, dan keunikan merek produk.
3. Sebaiknya penelitian selanjutnya peneliti menggunakan variabel-variabel yang berbeda dari penelitian ini sehingga dapat diperoleh kesimpulan yang lebih mendalam mengenai variabel yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

#### **5.3 Implikasi Penelitian**

Hasil dari penelitian ini memiliki beberapa implikasi untuk meningkatkan keputusan pembelian sepeda motor merek Yamaha. Diantaranya, PT. Yamaha Indonesia motor *manufacturing* (YIMM) yang memperhatikan pentingnya kinerja produk dari sepeda motor merek Yamaha sesuai dengan fungsinya yang diharapkan konsumen untuk tetap dipertahankan.

Sehingga dengan ini dapat meningkatkan Keputusan konsumen dalam membeli sepeda motor dengan merek Yamaha. Dengan mempertahankan kinerja produk sepeda motor merek Yamaha sesuai dengan fungsinya, maka akan semakin meningkatkan kualitas produk yang dimiliki oleh sepeda motor dengan merek Yamaha, sehingga dapat memperkuat keputusan pembelian konsumen sepeda motor merek Yamaha.

#### **5.4 Keterbatasan Penelitian**

Beberapa keterbatasan dalam penelitian ini dapat dikemukakan sebagai berikut:

1. Penelitian ini belum menggunakan seluruh pelanggan sepeda motor merek Yamaha sebagai responden, tetapi masih menggunakan sampel dengan teknik penarikan sampel adalah *purposive sampling*.
2. Penelitian ini membatasi penelitian pada pengaruh kualitas produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian. Dengan demikian variabel-variabel lain yang mungkin dapat mempengaruhi keputusan pembelian tidak termasuk kedalam ruang lingkup penelitian ini atau penulis dianggap konstan.