

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai pengaruh citra produk terhadap keputusan pembelian konsumen dalam melakukan pembelian sepeda motor merek Yamaha di dealer Timbul Jaya Motor jln. Mastrip no 24 Blitar, maka dapat dihasilkan beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Kondisi Citra Produk yang meliputi desain produk (0,381), warna (0,539), kualitas (0,397), layanan (0,400), jaminan (0,324), pertanggungjawaban (0,416) dan image memakai (0,375) dapat di lihat dari item indikator semua mempunyai r hasil di atas r tabel (0,361) dan semua r adalah positif menurut hasil yang diterapkan di sepeda motor merek Yamaha di dealer Timbul Jaya Motor Jln Mastrip no. 24 Blitar untuk mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Hal tersebut tampak dari respon setuju terhadap item-item pertanyaan yang diberikan oleh mayoritas konsumen yang menjadi responden dari penelitian.
2. Hasil penelitian ini setelah uji t adalah t hitung Citra Produk adalah sebesar 7,367 dengan tingkat signifikansi 0,000. Karena $7,361 > 1,985$ dan $0,000 < 0,5$ secara parsial berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dalam pembelian sepeda motor merek Yamaha di dealer Timbul Jaya Motor jln. Mastrip no. 24 Blitar

3. Hasil setelah uji F adalah F hitung sebesar 54,267. Nilai ini lebih besar dari F tabel 2,46 ($54,267 > 2,46$). ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang cukup signifikan Citra Produk meliputi: desain produk, warna, kualitas, layanan, jaminan, pertanggungjawaban, image memakai secara simultan juga berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen dalam pembelian sepeda motor merek Yamaha di dealer Timbul Jaya Motor jln Mastrip no. 24 Blitar.
4. Hasil dari *R-square* Citra Produk merupakan variabel yang berpengaruh menurut *Adjusted R square*nya besarnya 0,630. Hal ini berarti 63% variasi keputusan pembelian (Y) sedangkan sisanya 37% di jelaskan oleh sebab-sebab lain di luar model kontribusinya dalam mempengaruhi keputusan pembelian konsumen dalam pembelian sepeda motor merek Yamaha di dealer Timbul Jaya Motor jln Mastrip no. 24 Blitar

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah diuraikan di atas, maka peneliti dapat memberikan saran sebagai berikut:

1. Citra adalah fungsi dari pengalaman dan juga harapan konsumen. Ketika konsumen membangun harapan dan realitas pengalaman dalam bentuk kualitas pelayanan teknis dan fungsional, kualitas yang di tawarkan produk akan menghasilkan perubahan citra. Jika kualitas yang di tawarkan sebuah produk memenuhi citra atau melebihi citra, citra akan mendapatkan penguatan dan bahkan meningkat. Oleh karena itu harus lebih berinovasi lagi untuk produk

yang selanjutnya agar citra produk yang selama ini di bangun oleh sepeda motor Yamaha tetap terjaga dan mampu bersaing dengan produk sejenis.

2. Bahwa citra produk mempunyai pengaruh yang kecil dalam mempengaruhi keputusan pembelian sepeda motor merek Yamaha di dealer Timbul Jaya Motor yaitu sebesar 63% dan sisanya 37% dipengaruhi faktor lain diluar penelitian, antara lain adalah kualitas produk, inovasi produk, dan harga. Faktor-faktor diluar penelitian tersebut disarankan dapat digunakan pada penelitian yang selanjutnya.