

BAB IV

PENUTUP

4.1 Kesimpulan

Penelitian ini telah dijalankan melalui responden berjumlah 96 orang terkait citra merek serta desain produk pada keputusan pembelian di Yamaha Mataram Sakti Purworejo, dari penelitian ini bisa dijabarkan sebagai kesimpulan sebagai berikut:

1. Citra merek pada Yamaha Aerox pada keputusan pembelian di Yamaha Mataram Sakti Purworejo berpengaruh. Korelasi antaran citra merek dengan keputusan pembelian ini ada di kelompok sedang atau cukup kuat. Selain itu, dari hasil kategorisasi di penelitian ini menampilkan bila variabel citra merek memiliki kategori baik. Dari hal tersebut bisa dikatakan makin baik citra merek yang diberikan Yamaha Aerox maka keputusan pembelian di Yamaha Mataram Sakti Purworejo akan semakin meningkat.
2. Desain produk Yamaha Aerox memberi pengaruh pada keputusan pembelian di Yamaha Mataram Sakti Purworejo. Dari penelitian ini desain produk dan keputusan pembelian memiliki korelasi sedang. Selain itu, dari hasil kategorisasi variabel desain produk terletak pada kategori baik. Dari pernyataan tersebut bisa dikatakan bila semakin bagus desain produk Yamaha Aerox akan menimbulkan keputusan pembelian konsumen pada Yamaha Mataram Sakti Purworejo juga meningkat.
3. Keputusan Pembelian Yamaha Aerox di Yamaha Mataram Sakti Purworejo ini dipengaruhi oleh kedua variabel citra merek dan desain produk secara simultan.

4. Korelasi hubungan citra merek dan desain produk dengan keputusan pembelian ini ada pada kategori kuat. Dari hasil tersebut bisa dikatakan bila semakin meningkatnya kualitas citra merek serta desain produk maka keputusan pembelian konsumen pada Yamaha Aerox di Yamaha Mataram Sakti Purworejo juga akan ikut meningkat.

4.2 Saran

Pada penelitian ini ada sejumlah aspek yang perlu diamati perusahaan Yamaha Mataram Sakti Purworejo sebagai distributor Yamaha Aerox, yang diharapkan bisa meningkatkan keputusan pembelian konsumen di dealer Yamaha Mataram Sakti Purworejo:

1. mengacu dari hasil penelitian desain produk dari segi ketersediaan warna menurut indikator yang di bawah rata – rata hal ini bisa menjadi nilai tambah bagi *dealer* karena telah menyediakan pilihan warna untuk menarik perhatian konsumen lebih lanjut lagi. Serta dengan menjaga citra merek dan meningkatkan kualitas pelayanan purna jual yang dimana indikator tersebut mempunyai skor kurang dari rerata hal ini bisa menjadi ajang untuk meningkatkan kepercayaan konsumen dengan harapan meningkatkan keputusan pembelian Yamaha Aerox di *dealer* Yamaha Mataram Sakti cabang Purworejo ini.
2. Berdasarkan penelitian yang telah dijalankan didapatkan hasil pada citra merek Yamaha Aerox khususnya pada aspek sepeda motor yang dikenal oleh banyak

orang diharapkan perusahaan untuk membuat promosi sebagai upaya meningkatkan popularitas Yamaha Aerox di kalangan masyarakat sebagai sepeda motor yang bisa diandalkan sebagai kebutuhan berkendara masyarakat di kehidupan sehari – hari, berikutnya pada aspek *standar global* sepeda motor diharapkan perusahaan Yamaha sebagai produsen untuk meningkatkan kualitasnya sebagai sepeda motor layak jalan di jalanan Indonesia terkait hasil penelitian pada konsumen memiliki ketidak konsistenan keputusan pembelian terkait faktor tersebut.

3. Mengacu dari hasil penelitian yang telah dijalankan, peneliti bisa memberi saran kepada *dealer* Yamaha Mataram Sakti Purworejo untuk berdasarkan tanggapan responden saat menjalankan pengisian pada instrumen keputusan pembelian bisa ditingkatkan dari segi pelayanan purna jual sebagai bentuk apresiasi bila konsumen merasa diperhatikan setelah membeli sepeda motor Yamaha Aerox.