

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1. Kesimpulan

Berdasarkan uraian dan pembahasan pada bab sebelumnya, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Citra merek berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap keputusan pembelian pada sepeda motor Honda Beat. Hasil ini menjelaskan bahwa citra merek tidak dapat menjadi tambahan referensi bagi calon konsumen dan menjadi pertimbangan terhadap produk yang diinginkan. Merek Honda Beat sudah banyak dikenal masyarakat dan bisa di bilang mempunyai citra merek yang baik, sehingga masyarakat sudah tidak lagi mempertimbangkan dalam memutuskan pembelian. Bagi konsumen citra merek yang baik belum tentu bisa membuat mereka berkeinginan untuk membeli atau mencoba produk tersebut. Sebagian konsumen lebih mempertimbangkan hal lain, contohnya kualitas produk dan harga.
2. Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada sepeda motor Honda Beat. Hal tersebut dilihat dari sebagian besar responden yang menyatakan bahwa sepeda motor Honda Beat aman digunakan karena kualitas yang sudah cukup baik dari segi mesin motor dan nyaman digunakan pada saat macet.
3. Secara simultan dapat diketahui bahwa variabel citra merek dan kualitas produk jika di uji secara bersama-sama memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

4. Dari sudut pandang Islam berniaga diperbolehkan apabila tidak mengandung unsur penipuan. Pada dasarnya ada tiga unsur etika yang harus dilaksanakan oleh seorang produsen Muslim untuk menciptakan *brand image* yang baik dimata konsumen, yakni bersifat jujur, amanat dan nasihat. Dalam proses membangun dan menjaga kualitas barang yang dijual oleh perusahaan, produsen harus mencapai kualitas yang menyeluruh, keberhasilan jangka panjang, pengembangan menuju kearah yang lebih baik secara terus menerus dengan tujuan untuk memuaskan konsumen serta memperhatikan kualitas sebelum kuantitas.

6.2. Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas maka, dengan adanya hubungan antara citra merek dan kualitas produk dengan keputusan pembelian maka saran yang diberikan diharapkan dapat bermanfaat bagi perusahaan dalam memberikan kepercayaan kepada konsumen untuk menggunakan sepeda motor Honda Beat yang berkualitas dan aman bagi para penggunanya, adalah sebagai berikut:

1. Bagi Perusahaan Sepeda Motor Honda
 - a. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa pada variabel citra merek yang terletak pada indikator mempunyai tekstur produk halus (*gentle / harsh*) mendapat skor terendah yaitu 4,18 oleh karena itu, perusahaan sepeda motor Honda disarankan untuk menciptakan produk atau body yang menarik dilihat oleh konsumen agar konsumen

tertarik dengan produk Honda Beat dan pada akhirnya mendorong konsumen melakukan pembelian sepeda motor Honda Beat.

- b. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa pada variabel kualitas produk yang terletak pada indikator kecepatan, kompetensi, dan kenyamanan mendapat skor terendah yaitu 3,94, oleh karena itu, perusahaan sepeda motor Honda disarankan untuk menciptakan produk Honda Beat yang kecepatannya yang lebih tinggi agar konsumen ketika membawa barang di kendaraan motor kecepatannya tidak menurun. dan pada akhirnya masyarakat akan memasukkan sepeda motor Honda Beat ke dalam alternatif pilihan ketika akan membeli sepeda motor.
2. Bagi pihak yang ingin melakukan penelitian yang sejenis, disarankan untuk menggunakan metode lain dalam meneliti citra merek dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian, misalnya melalui wawancara mendalam terhadap responden, sehingga informasi yang diperoleh dapat lebih bervariasi daripada angket yang jawabannya telah tersedia. Selain itu, Untuk penelitian yang akan datang diharapkan mampu menjelaskan faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian, seperti: keragaman produk, asosiasi merek, dan persepsi harga.