

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel Corporate image, User Image, dan Product Image terhadap Keputusan Pembelian Motor Yanaha Mio Soul Di Kota Gorontalo dan untuk mengetahui besaran dari ketiga variabel independen dalam mempengaruhi dependent tersebut. Dari rumusan masalah penelitian yang diajukan, maka analisis data yang telah dilakukan dan pembahasan yang telah dikemukakan pada bab sebelumnya, dapat ditarik beberapa kesimpulan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil analisis secara parsial Corporate Image (citra perusahaan) terhadap Keputusan Pembelian Motor Yamaha Mio Soul yang sudah diuraikan pada bab sebelumnya, dimana Corporate Image berpengaruh positif secara parsial terhadap Keputusan Pembelian Motor Yamaha Mio Soul Di Kota Gorontalo
2. Berdasarkan hasil analisis secara parsial User Image berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian Motor Yamaha Mio Soul Di Kota Gorontalo.
3. Berdasarkan hasil analisis secara parsial Product Image berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian Motor Yamaha Mio Soul Di Kota Gorontalo.

4. Berdasarkan hasil analisis secara simultan antara Corporate Image, User Image, dan Product Image berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Motor Yamaha Mio Soul Di kota Gorontalo.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan yang diperoleh dalam penelitian ini, maka diajukan saran-saran sebagai pelengkap terhadap hasil penelitian yang dapat diberikan sebagai berikut :

1. Mengingat variabel diluar penelitian ini cukup kecil maka penelitian selajutnya disarankan meneliti variabel yang ada diluar penelitian akan tetapi memiliki proporsi yang cukup besar peranannya seperti asosiasi merk.
2. Perusahaan hendaknya dapat mempertahankan dan menjaga citra perusahaan, citra pemakai, dan citra produk yang telah dikenal oleh konsumen/ pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, David A. 1991. *Managing Brand Equity, Capitalizing On The Value Of A Brand*, United States Of America. Library Of Congress Cataloging In Publication Data.
- Alma, Buhari. 2007. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Anonym, 2012, Top Brand Award, <http://www.topbrand-award.com/top-brandsurvey/survey-result/top-brand-result-2013/#> diakses pada tanggal 15 Februari 2013 pukul 22.15
- Budi, Triton P. 2006. *SPSS 13.0 Terapan; Riset Statistik Parametik*. Yogyakarta: Andi Offest
- Bilson Simammora. 2001. *Remarketing For Business Recovery*. Cetakan Pertama. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Darmawan. 2004. Pengaruh Citra Merek Terhadap Efektifitas Iklan, *Jurnal Media Mahardika* Vol 2 No.3 Hal 41-49.
- Eriyanto. 2007. *Tehnik Sampling Analisis Opini Publik*. LKIS . Yogyakarta
- Ferdinand, Augusty. 2006. *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk Penulisan Skripsi, Tesis, dan Disertai Ilmu Manajemen*. Semarang. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, iman (2001). *Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Indriantoro, N., Supomo, B. 2002. *Metodologi Penelitian Bisnis*, Edisi I. Yogyakarta: BPFE.

- Keller, Kevin L. 2003. *Strategic Brand Manajemen, Building Measuring and Managing Brand Equity*, Upper Saddle River New jersey. By Pearson Education Inc.
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong. 2003. *Dasar-dasar Pemasaran*. Edisi Kesembilan. Jakarta : Indeks.
- Mustikarillah, Rizki. *Pengaruh Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Toyota Rush pada PT. Hadji Kalla*. Makassar : Fakultas Ekonomi.
- Ogi Sulistian. 2011. *Pengaruh Brand Image Terhadap Loyalitas Pelanggan Rokok Gudang Garam Filter*. Kuningan: Fakultas Ekonomi Universitas Kuningan.
- Sutisna dan Pawitra. 2001. *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Jakarta : PT. Remaja Rosdakarya.
- Sulaiman, Wahid. 2002. *Jalan Pintas Menguasai SPSS 10*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung. Alfabeta
- Supramono dan Haryanto J.O. 2005. *Desain Proposal Penelitian, Studi Pemasaran*. Yogyakarta: Andy Offset.
- Sugiyono. 2004. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Umar, Husein. 2003. *Metodologi Penelitian, Aplikasi dalam Pemasaran*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.