

## BAB V

### SIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil Pengujian menunjukkan bahwa *Brand Image* sepeda motor mio soul GT berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian.
2. Nilai koefisien korelasi sebesar 0,826 menunjukkan bahwa *Brand Image* sepeda motor mio soul GT memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada PT. Hasjrat Abadi divisi yamaha Gorontalo.
3. *Brand Image* sepeda motor yamaha mio soul GT secara efektif dan efisien mempunyai pengaruh yang nyata terhadap Keputusan Pembelian. Hal ini dinyatakan dengan persamaan regresi. Selanjutnya dalam perhitungan koefisien determinasi menunjukkan bahwa sebesar 0,838 atau 83,8 % variabilitas mengenai Keputusan Pembelian terhadap PT. Hasjrat Abadi divisi Yamaha Gorontalo dapat dipengaruhi oleh *Brand Image*, sepeda motor yamaha mio soul GT sedangkan sisanya sebesar 26,2 % dipengaruhi oleh variabel lain seperti kualitas produk, model, harga dan lain-lain yang tidak terdapat pada model.

#### 5.2 Saran

65

Berdasarkan hasil penelitian, penulis menyarankan:

1. Agar kiranya pihak PT. Hasjrat Abadi divisi Yamaha Kota Gorontalo dapat kembali merespon tentang pentingnya *brand imagemotor* yamaha mio soul GT dengan slogan semakin didepan karena hal ini dapat membentuk opini konsumen menyangkut produk motor yamaha mio soul GT itu sendiri.
2. Penelitian ini kiranya perlu mendapat perhatian bagi kalangan akademisi dan perusahaan yang bergerak dalam pemasaran produk dalam automotif sekiranya dapat meningkatkan citra merek yang merupakan sebuah jaminan akan suatu produk yang dijual.
3. Penelitian ini akan lebih baik jika ditambahkan variabel-variabel pendukung yang diperoleh dari penelitian-penelitian dan referensi yang lain yang memungkinkan untuk menambah variabel yang dapat berpengaruh terhadap keputusan pembelian seperti: Promosi, Produksi, Harga, dan lain-lain.
4. Kiranya waktu yang dipakai dalam menyusun penelitian lebih lama dan dapat diberikan kesempatan untuk melihat lingkup perusahaan yang lebih luas sehingga hasil penelitian yang diperoleh akan lebih maksimal.