

## **BAB V**

### **SIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Simpulan**

Berdasarkan deskripsi hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat dikemukakan kesimpulan penelitian bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel X (Brand Image) Terhadap Variabel Y (Keputusan Pembelian) Motor Yamaha Pada PT. Hasjrat Abadi, yakni diperoleh (R-Square) sebesar 0,632. atau 63,2% sedangkan sisanya sebesar 36,8% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dapat diprediksi oleh penulis di antaranya, Kualitas Produk, model, harga, dan lain-lain yang tidak didesain dalam penelitian ini.

#### **5.2 Saran**

Berdasarkan hasil penelitian, penulis menyarankan :

1. Agar kiranya pihak PT. Hasjrat Abadi divisi Yamaha Kota Gorontalo dapat kembali merespon tentang pentingnya *Brand Image* yamaha dengan slogan semakin didepan karena hal ini dapat membentuk opini konsumen menyangkut produk motor yamaha 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.