

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Dari pembahasan yang telah diuraikan di atas serta berdasarkan data yang penulis peroleh dari penelitian sebagaimana yang telah dibahas dalam skripsi ini, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Citra merek berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian, t hitung $>$ t tabel dan nilai dibuktikan signifikansinya (0,008)
2. Desain berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian, t hitung $>$ t tabel dan nilai dibuktikan signifikansinya (0,000)
3. Psikologis berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian, t hitung $>$ t tabel dan nilai dibuktikan signifikansinya (0,003)
4. Citra merek, desain serta Psikologis secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, t hitung $>$ t tabel dan nilai dibuktikan signifikansinya (0,000).

5.2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang berkaitan dengan Citra merek, desain serta Psikologis terhadap keputusan pembelian peneliti dapat memberikan saran sebagai berikut:

1. Berdasarkan variable yang dominan adalah desain dengan indikator model terbaru, variasi desain, desain mengikuti tren, hal ini menunjukkan perlu adanya observasi model atau desain yang menjadi selera pelanggan serta psikologis dimana keputusan seseorang dalam menentukan pilihan dipengaruhi oleh perasaan yang telah terekan dalam dirinya.
2. Peneliti berikutnya disarankan untuk melakukan wawancara dengan pihak Dealer Honda PT. Muncul Jaya Motor dan para pelanggannya agar hasil penelitian lebih mendalam sehingga dapat menjadi dasar yang kuat untuk mengevaluasi dan mengambil suatu keputusan bagi manajemen Dealer Honda PT. Muncul Jaya Motor terkait dengan citra merek, desain atas produk yang ditawarkan selama ini kepada para konsumen dalam rangka meningkatkan penjualan produk tidak hanya di bangsri tetapi di wilayah yang lain.
3. Untuk penelitian selanjutnya diharapkan tidak hanya dilakukan pada usaha penjualan motor, tetapi juga dapat dilakukan pada usaha lainnya seperti pada merek produk kerajinan, makanan dan minuman, alat komunikasi (handphone, BBM), laptop, dan sebagainya, sehingga dapat diketahui kesamaan dan perbedaan dari masing-masing hasil penelitian