

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan, dapat disimpulkan bahwa variabel *brand image* memiliki nilai t hitung lebih besar dari nilai t tabel atau sebesar $12,907 > 1,660$ dan nilai signifikan $0,000 > 0,05$. Artinya variabel *brand image* berpengaruh signifikan terhadap minat beli.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, maka penelitian ini harus mampu memberikan manfaat dan kegunaannya. Maka saran yang dapat peneliti berikan adalah sebagai berikut :

1. Bagi Perusahaan Yamaha Bahana Motor Bandar Jaya Lampung Tengah

Berdasarkan analisis deskriptif variabel *brand image* didapatkan hasil penelitian jawaban responden terkecil pada variabel X1.9 dengan butir pernyataan “Bahana Motor Bandar Jaya Lampung Tengah memberikan jaminan atas kualitas produk sepeda motor Yamaha yang baik” senilai 4,38. Oleh karena itu penulis menyarankan pihak Bahana Motor Bandar Jaya Lampung Tengah meningkatkan citra merek produk agar konsumen semakin baik dalam menilai produk yang dijual dengan cara memperdalam *produk knowledge* bagi para sales dan garansi produk kepada calon konsumen.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Pada penelitian ini, nilai adjusted R Square sebesar 0,703. Maka dapat disimpulkan bahwa kemampuan variabel bebas yaitu *brand image* dalam menjelaskan variabel terikat yaitu minat beli konsumen sebesar 70,3%. Sedangkan sisanya adalah sebesar 29,7% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini. Maka dari itu bagi peneliti selanjutnya, diharapkan dapat menggunakan variabel yang beragam, sehingga hasil penelitian lebih relevan dengan kondisi saat ini antara lain kualitas layanan, harga dan lokasi.