

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat di taik beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Kesadaran merek berpengaruh positif terhadap minat pembelian sepeda motor Yamaha matic, hal ini di buktikan dengan t hitung $>$ t tabel ($5,460 > 1,662$), signifikansi lebih kecil dari $0,05$ ($0,000 > 0,05$), dan koefisien regresi mempunyai nilai positif .
2. Asosiasi merek berpengaruh positif terhadap minat pembelian sepeda motor Yamaha matic, hal ini di buktikan dengan t hitung $>$ t tabel ($5,717 > 1,662$), signifikansi lebih kecil dari $0,05$ ($0,000 > 0,05$), dan koefisien regresi mempunyai nilai positif .
3. Persepsi kualitas berpengaruh positif terhadap minat pembelian sepeda motor Yamaha matic, hal ini di buktikan dengan t hitung $>$ t tabel ($5,906 > 1,662$), signifikansi lebih kecil dari $0,05$ ($0,000 > 0,05$), dan koefisien regresi mempunyai nilai positif .
4. Loyalitas merek berpengaruh positif terhadap minat pembelian sepeda motor Yamaha matic, hal ini di buktikan dengan t hitung $>$ t tabel ($7,938 > 1,662$), signifikansi lebih kecil dari $0,05$ ($0,000 > 0,05$), dan koefisien regresi mempunyai nilai positif .

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan, dan kesimpulan yang diperoleh, maka saran yang dapat diberikan sebagai berikut :

1. Bagi Perusahaan Yamaha

Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa masih terdapat respon dengan brand loyalty dalam kategori rendah (62 %), Oleh karena itu, perusahaan disarankan untuk dapat meningkatkan loyalitas merek konsumen dengan cara melakukan promosi terus menerus, sehingga merek Yamaha khususnya type matic dapat meningkatkan loyalitas konsumen.

2. Peneliti selanjutnya

Penelitian selanjutnya dapat mengembangkan penelitian ini dengan meneliti factor lain yang dapat mempengaruhi minat pembelian, misalnya factor iklan dan harga. Peneliti selanjutnya juga dapat menggunakan metode lain dalam meneliti minat pembelian, misalnya melalui wawancara mendalam terhadap responden, sehingga informasi yang diperoleh dapat lebih bervariasi daripada angket yang jawabannya telah tersedia.

