

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan penelitian diatas, maka dapat di ambil kesimpulan sebagai berikut :

1. *Advertising* (Periklanan) Secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Keputusan pembelian sepeda motor oleh konsumen Pada perusahaan CV. Yamaha Brayon Motor Pulo Brayon di kota Medan. Hal tersebut dapat diketahui pada hasil uji parsial (uji t) dimana, t_{hitung} lebih besar dari pada t_{tabel} ($2,940 > 1,66256$) dengan taraf Signifikan dibawah 0,05 yaitu sebesar 0,004 ($0,004 < 0,05$). dan diindikasikan bahwa pengaruh yang di berikan *Advertising* (Periklanan) terhadap setiap peningkatan Keputusan pembelian sepeda motor adalah sebesar 17,7% dan 82,3% sisanya dipengaruhi oleh faktor variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.
2. Citra merek Secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Keputusan pembelian sepeda motor oleh konsumen pada CV. Yamaha Brayon Motor Pulo Brayon di kota Medan. Hal ini dapat diketahui dari hasil uji t yang menunjukkan bahwa nilai t_{hitung} variabel Citra merek lebih besar dari pada t_{tabel} yaitu ($11,220 > 1,66256$) dengan taraf signifikansi lebih kecil dari 0,05 yaitu sebesar 0,000 ($0,000 < 0,05$). Dan diindikasikan bahwa Pengaruh yang diberikan oleh Citra merek terhadap keputusan pembelian sepeda motor oleh konsumen Pada CV. Yamaha Brayon Motor pulo Brayon adalah

sebesar 72% sedangkan sisanya sebesar 28% dipengaruhi oleh variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

3. *Advertising* (Periklanan) dan Citra merek Secara Simultan atau bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Keputusan pembelian sepeda motor oleh konsumen Pada CV. Yamaha Brayon motor pulo Brayon di Kota Medan. Dapat diketahui pada hasil analisis uji f dimana, nilai $F_{hitung} = 70,231$ lebih besar dari $F_{tabel} = 3,10$ ($70,231 > 3,10$) dengan taraf signifikan lebih kecil dari 0,05 yaitu 0,046 ($0,000 < 0,05$). Hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa secara simultan pengaruh yang mampu diberikan oleh *advertising* dan citra merek secara bersama-sama terhadap Keputusan pembelian dapat dilihat dari nilai hasil uji R² adalah sebesar 61,8% dimana sisanya sebesar 38,2% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

5.2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti, maka peneliti memberikan beberapa saran atau masukan kepada beberapa pihak sebagai berikut :

1. Saran Bagi Perusahaan

Bagi perusahaan CV. Yamaha Brayon Motor Pulo Brayon di Kota Medan peneliti sarankan untuk Lebih meningkatkan lagi *Advertising* (Periklanan) Serta Citra merek produk perusahaannya guna untuk meningkatkan Pengambilan keputusan pembelian Konsumen dalam Segi periklanan dan

citra mereknya. Sehingga Konsumen dapat merasakan pengaruh dari *Advertising* perusahaan serta citra merek produk dalam mengambil keputusan pembelian produk sepeda motor Yamaha khususnya pada CV. Yamaha Brayon Motor Pulo Brayon Di kota Medan.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya disarankan untuk meneliti Variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini serta mengembangkan penelitiannya lebih baik lagi, mengingat Pengaruh yang diberikan oleh Variabel lain dalam penelitian ini lebih dominan sehingga peneliti selanjutnya diharapkan dapat menemukan Variabel lain apa sajakah yang lebih mempengaruhi keputusan pembelian pada Perusahaan CV. Yamaha Brayon Motor ini.