

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan uraian yang telah dikemukakan dari hasil penelitian dan pembahasan mengenai pengaruh iklan, citra merek dan harga terhadap keputusan pembelian sepeda motor merek honda vario pada mahasiswa/i UIN Raden Fatah Palembang maka kesimpulan yang didapat adalah bahwa:

1. Variabel iklan (X1) berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian (Y). Jadi berdasarkan hasil pengujian membuktikan hipotesis H1 diterima. Jadi, semakin baik iklan sepeda motor honda vario, semakin tinggi tingkat keinginan mahasiswa/i UIN Raden Fatah Palembang untuk melakukan keputusan pembelian pada sepeda motor honda vario.
2. Variabel citra merek (X2) berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian (Y). Jadi berdasarkan hasil pengujian membuktikan hipotesis bahwa H2 diterima. Jadi, semakin bagus citra merek sepeda motor honda vario, semakin tinggi tingkat keinginan mahasiswa/i UIN Raden Fatah Palembang untuk melakukan keputusan pembelian.
3. Variabel harga (X3) berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian (Y). Jadi berdasarkan hasil pengujian membuktikan hipotesis H3 diterima. Jadi, harga berpengaruh terhadap keputusan mahasiswa/i UIN Raden Fatah Palembang untuk melakukan keputusan pembelian.
4. Berdasarkan pengujian secara simultan, hasil penelitian membuktikan bahwa semua variabel bebas iklan (X1), citra merek (X2) dan harga (X3) secara simultan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel

terikat keputusan pembelian (Y). Diperoleh hasil pengujian secara simultan variabel bebas terhadap variabel terikat yang artinya semua variabel bebas berpengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat.

B. Saran

Berdasarkan hasil dari penelitian, pembahasan dan simpulan yang diperoleh, maka peneliti memberikan saran sebagai berikut:

- 1) Bagi PT. Astra Honda Motor (Produsen motor Honda Vario)
 - a. Terkait dengan iklan, produsen diharapkan lebih meningkatkan daya tarik dalam iklan agar dapat tetap bersaing dan beriringan dengan kompetitor lainnya
 - b. Terkait dengan citra merek, produsen diharapkan memberikan produk yang terbaik terhadap konsumen dan meminimalisir kesalahan agar terus mendapatkan kepercayaan konsumen untuk membangun loyalitas terhadap merek.
 - c. Terkait dengan harga, produsen diharapkan lebih meningkatkan dan mengembangkan kualitas produk sesuai dengan perkembangan kondisi dan teknologi untuk memenuhi kebutuhan konsumen, untuk seterusnya saran ini dapat dijadikan pelajaran agar perusahaan mampu mempertahankan eksistensinya.
- 2) Bagi Penulis/Peneliti
 - a. Penulis/peneliti perlu mengadakan perbaikan lebih lanjut, terlebih pada penambahan variabel yang belum ada guna menyempurnakan keakuratan penelitian.

- b. Penulis /peneliti diharapkan dapat melakukan lebih banyak penelitian lain secara teoritis.