

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis pembahasan variabel brand image, dan harga terhadap keputusan pembelian motor matic honda beat pada masyarakat kota metro dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Brand image berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian oleh karena itu pihak perusahaan harus lebih memperhatikan dan menciptakan citra yang positif di benak konsumen agar mendorong konsumen muncul pembelian ulang di masa depan.
2. Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian oleh karena itu pihak perusahaan harus memperhatikan masalah harga karena masyarakat memilih sepeda motor dengan harga yang ramah dikantong dan memiliki kualitas yang bagus
3. Secara simultan semua variabel independen berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini menunjukkan bahwa brand image dan harga mempunyai pengaruh dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada masyarakat kota metro.

#### B. Saran

Adapun saran-saran yang diberikan melakukan penelitian ini antara lain sebagai berikut :

- a. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa pada variabel *brand image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap

keputusan pembelian oleh karena itu, PT AHM disarankan untuk menciptakan citra yang positif di benak konsumen, dengan cara menetapkan harga sesuai dengan produk yang ditawarkan, sehingga akan tercipta *image* positif di mata pelanggan, dan pada akhirnya dapat mendorong munculnya pembelian di masa mendatang

- b. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa pada variabel harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian oleh karena itu, PT AHM disarankan untuk menetapkan harga beli sepeda motor motor *matic* Honda beat sesuai dengan kebutuhan, sehingga konsumen yang mengendarai sepeda motor motor *matic* Honda beat berkesan eksklusif dan merasa memiliki nilai *prestise* yang tinggi, sehingga pada akhirnya dapat mendorong munculnya pembelian di masa mendatang.