

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pengujian hipotesis yang telah dilakukan, maka kesimpulan dalam penelitian ini adalah :

1. Secara parsial citra merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepeda motor TVS di Bandar Lampung.
2. Secara parsial persepsi kualitas berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepeda motor TVS di Bandar Lampung.
3. Secara simultan citra merek dan persepsi kualitas berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepeda motor TVS di Bandar Lampung.

5.2 Saran

Berdasarkan Pembahasan yang telah dilakukan, maka saran yang dapat diberikan peneliti kepada PT. TVS Motor Company Indonesia adalah :

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa citra merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepeda motor TVS di Bandar Lampung. Sedangkan saat ini berdasarkan data yang dikeluarkan oleh TOP BRAND sepeda motor TVS kurang diminati atau kurang dipercaya oleh masyarakat itu ditunjukkan dengan tidak masuknya Merek TVS kedalam nominasi TOP Brand 2016. Berdasarkan permasalahan tersebut dapat disimpulkan bahwa citra merek sepeda motor TVS saat ini kurang baik dimata konsumen, sehingga berdampak kepada tren penjualan yang mengalami penurunan. Citra yang saat ini buruk harus segera di evaluasi oleh TVS, dengan cara memperbaiki citra merek tersebut melalui peningkatan atribut-atribut produk, meningkatkan kualitas, menggunakan simbol khas guna menimbulkan evaluasi yang baik dari konsumen.
2. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi kualitas berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepeda motor TVS di Bandar Lampung. Sedangkan

berdasarkan hasil prasurvey persepsi konsumen terhadap TVS saat ini kurang baik sehingga berdampak negatif terhadap penjualan TVS. Berdasarkan permasalahan tersebut dapat disimpulkan bahwa persepsi kualitas sepeda motor TVS saat ini buruk dimata konsumen, sehingga berdampak kepada tren penjualan yang mengalami penurunan. Untuk meningkatkan kepercayaan konsumen dan peningkatan penjualan maka TVS perlu meningkatkan kualitas produknya dengan cara meningkatkan kinerja produk, daya tahan, spesifikasi produk, inovasi fitur-fitur produk, desain produk dan pelayanan servis, guna meningkat persepsi konsumen menjadi lebih positif TVs perlu menghadirkan produk yang berkualitas tinggi, tahan lama, dan merek yang bergengsi.

3. Hasil penelitian menunjukkan bahwa citra merek dan persepsi kualitas berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepeda motor TVS di Bandar Lampung. Untuk meningkatkan kepercayaan konsumen dan meningkatkan penjualan, TVS perlu melakukan peningkatan citra merek dan persepsi kualitas secara bersama-sama, jangan sampai hanya meningkatkan salah satu variabel saja karena kedua variabel tersebut memiliki pengaruh yang sama pentingnya.