

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Penelitian ini yaitu untuk membuktikan adanya pengaruh antara *brand ambassador*, dan *brand image*, terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha type Nmax di Sumber Jaya Lampung Barat. Penelitian ini menggunakan 120 kusioner dengan menggunakan metode analisis regresi linear berganda, alat analisis yang digunakan adalah SPSS versi 20 menunjukkan :

1. Nilai t_{hitung} lebih besar dari nilai t_{tabel} ($2,385 > 1,980$). Maka H_0 yang diajukan ditolak dan H_a diterima. Dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh antara *brand ambassador* (X_1) terhadap keputusan pembelian (Y) sepeda motor Yamaha Nmax di Sumber Jaya Lampung Barat.
2. Nilai t_{hitung} lebih besar dari nilai t_{tabel} ($16,627 > 1,980$). Maka H_0 yang diajukan ditolak dan H_a diterima. Dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh antara *brand image* (X_2) terhadap keputusan pembelian (Y) sepeda motor Yamaha Nmax di Sumber Jaya Lampung Barat.
3. Nilai F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} ($206,287 > 3,07$). Maka H_0 yang diajukan ditolak dan H_a diterima. Dapat disimpulkan bahwa Terdapat pengaruh antara *brand ambassador* (X_1) dan *brand image* (X_2) terhadap keputusan pembelian (Y) sepeda motor Yamaha Nmax di Sumber Jaya Lampung Barat.

5.2 Saran

5.2.1 Saran Manajerial

1. Disarankan agar mempertahankan referensi yang sudah dinilai baik di mata responden pada pernyataan nomor 3 pada *brand ambassador* yaitu Valentino Rossi menggunakan sepeda motor Yamaha type Nmax saat pertandingan balap MotoGP baik *On air* maupun *Off airdan* mampu mempertahankan informasi yang telah ada di benak konsumen pada

pernyataan no 3 pada *brand image* yaitu ketersediaan spare parts dan aksesoris sepeda motor Yamaha type Nmax mudah didapat, sedangkan pada keputusan pembelian pada pernyataan no 6 yaitu saya memutuskan membeli sepeda motor Yamaha karena di Dealer Lautan Teduh Yamaha Sumber Jaya Lampung Barat menyediakan banyak pilihan sepeda motor Yamaha sesuai kebutuhan.

2. Disarankan agar dapat mempertahankan serta mengembangkan kualitas produk yang konsisten yang sudah dijalankan selama ini sesuai dengan perkembangan teknologi. Hal ini agar perusahaan kedepannya bisa mempertahankan konsumen sepeda motor Yamaha
3. Yamaha harus melakukan peningkatan *brand image* (citra merek) dan inovasi kepercayaan terhadap perusahaan yaitu dengan memproduksi produk yang berkualitas tinggi yang membuat konsumen menjadi percaya terhadap produk, merasa aman dalam menggunakan motor Yamaha dan percaya bahwa perusahaan Yamaha selalu memproduksi produk terbaik. Maka dari itu perlu adanya promosi agar konsumen tertarik untuk terus membeli sepeda motor Yamaha.

5.2.2 Saran Bagi Penelitian Selanjutnya

Penelitian ini hanya meneliti tentang variabel *brand ambassador*, *brand image*, dan keputusan pembelian. untuk peneliti selanjutnya disarankan :

1. Melakukan penelitian pada perusahaan yang sejenis dan hasilnya dapat dijadikan sebagai perbandingan.
2. Meneruskan penelitian ini dengan menambah variabel lain yang berhubungan dengan keputusan pembelian pada perusahaan sejenis atau perusahaan yang sama, sehingga dapat melengkapi pembelajaran pada bidang manajemen pemasaran.