

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, citra merek dan daya tarik iklan terhadap minat beli sepeda motor Yamaha NMAX pada mahasiswa di universitas bhayangkara jakarta raya bekasi. Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dibuktikan, maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Terdapat pengaruh positif antara kualitas produk terhadap minat beli sepeda motor Yamaha NMAX pada mahasiswa di universitas bhayangkara jakarta raya bekasi . Dengan kata lain semakin tinggi tingkat kualitas produk pada sepeda motor Yamaha NMAX maka akan semakin meningkat minat belinya.
2. Terdapat pengaruh antara citra merek terhadap minat beli sepeda motor Yamaha NMAX pada mahasiswa di universitas bhayangkara jakarta raya bekasi Dengan kata lain semakin kecil tingkat citra merek pada mahasiswa di universitas bhayangkara jakarta raya bekasi sepeda motor Yamaha NMAX maka akan semakin menurun minat belinya.
3. Terdapat pengaruh antara daya tarik iklan terhadap minat beli sepeda motor Yamaha NMAX pada mahasiswa di universitas bhayangkara jakarta raya bekasi. Dengan kata lain semakin kecil tingkat daya tarik iklan pada sepeda motor Yamaha NMAX maka yang berarti tidak Semua Iklan mempunyai daya tarik untuk meningkatkan Minat Beli Konsumen.
4. Kualitas Produk (X_1), Citra Merek (X_2), dan Daya Tarik Iklan berpengaruh secara signifikan terhadap Minat Beli (Y). Berdasarkan ketiga hal tersebut menunjukkan bahwa secara bersama-sama atau simultan variabel kualitas produk, citra merek, dan daya tarik iklan berpengaruh signifikan terhadap minat beli.

5.2 Implikasi Manajerial

Berdasarkan hasil penelitian, saran yang dapat disampaikan adalah sebagai berikut :

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk mempengaruhi minat beli sepeda motor Yamaha NMAX pada seluruh mahasiswa di universitas bhayangkara jakarta raya bekasi. Oleh karena itu, hendaknya perusahaan lebih meningkatkan kualitas produknya pada sepeda motor Yamaha NMAX karena kualitas produk juga berpengaruh pada minat beli konsumen dan dalam upaya meningkatkan minat beli pada sepeda motor Yamaha NMAX, hendaknya perusahaan lebih memperhatikan faktor-faktor yang dapat meningkatkan citra merek pada sepeda motor Yamaha NMAX.
2. Daya tarik iklan terbukti tidak mempunyai pengaruh terhadap minat beli sepeda motor Yamaha NMAX pada mahasiswa di universitas bhayangkara jakarta raya bekasi. Hal ini berarti daya tarik iklan yang tercipta pada perusahaan Yamaha dianggap sudah baik.
3. Kualitas produknya pada sepeda motor Yamaha NMAX karena kualitas produk juga berpengaruh pada minat beli konsumen. Citra merek pada sepeda motor Yamaha NMAX berpengaruh pada minat beli. Secara bersama-sama atau simultan variabel kualitas produk, citra merek, dan daya tarik iklan berpengaruh signifikan terhadap minat beli.
4. Karakteristik responden dalam penelitian ini belum mencantumkan pengalaman memiliki sepeda motor Yamaha. Disarankan mencantumkan pengalaman pernah memiliki sepeda motor merek Yamaha agar peneliti dapat mengetahui sejauh mana responden telah merasakan citra merek dari Yamaha. Bagi peneliti selanjutnya disarankan untuk meneliti variabel lainnya diluar penelitian ini yang kemungkinan memiliki pengaruh, sehingga selanjutnya diharapkan dapat meneliti dengan menggunakan variabel-variabel lain diluar variabel yang telah diteliti agar memperoleh hasil yang lebih beraneka.