

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya, terdapat beberapa hal penting yang perlu diperhatikan sebelum menarik simpulan, yaitu tujuan dari penelitian ini adalah untuk melihat pengaruh citra merek, pengetahuan produk, keterlibatan produk terhadap *repurchase intention* kualitas . Tujuan selanjutnya adalah untuk mengetahui apakah citra merek, pengetahuan produk, keterlibatan produk dapat mempengaruhi konsumen dalam melakukan *repurchase intention*.

Setelah melalui proses pengumpulan data dan analisis hasil studi dengan menggunakan analisis deskriptif dan *linier regresi* dalam *software SPSS 15.0 for Windows Evaluation Version* untuk masing-masing pengukuran, berikut ini adalah kesimpulan yang dapat ditarik secara berurutan sesuai dengan pertanyaan penelitian, yaitu:

1. Citra merek sepeda motor Bajaj, Honda, Kanzen, dan Kymco mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian kembali. Dengan demikian, semakin baik atau jeleknya citra merek sepeda motor, maka akan mempunyai pengaruh yang berbeda-beda pula terhadap *repurchase intention* konsumen. Hal ini dapat dilihat dari diterimanya hipotesa H₅.
2. Pengetahuan konsumen terhadap produk Indonesia mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian kembali. Dengan demikian, semakin baik persepsi konsumen terhadap produk Indonesia, maka akan mempunyai pengaruh yang baik pula terhadap *repurchase intention* konsumen. Hal ini dapat dilihat dari diterimanya hipotesa H₆.

3. Keterlibatan konsumen akan produk sepeda motor mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian kembali. Dengan demikian, semakin baik keterlibatan konsumen terhadap produk maka akan mempunyai pengaruh yang baik pula terhadap *repurchase intention* konsumen. Hal ini dapat dilihat dari diterimanya hipotesa H₇
4. Diantara keempat merek sepeda motor merek Bajaj, Honda, Kanzen dan Kymco terdapat perbedaan dalam setiap variabel.

5.2. Saran

Saran yang dapat diberikan oleh penulis kepada sepeda motor Bajaj, Honda, Kanzen, dan Kymco sebagai produsen sepeda motor di Indonesia adalah:

1. Persaingan industri sepeda motor saat ini semakin ketat dengan banyaknya merek sepeda motor yang hadir di Indonesia saat ini sangat ketat sehingga perusahaan perlu menciptakan atau menjaga persepsi konsumen yang baik terhadap kualitas produk sepeda motor Indonesia agar senantiasa baik dimata konsumen, sehingga konsumen tetap puas dan loyal,
2. Produsen sepeda motor memperhatikan dalam meannciptakan citra merek yang baik bagi pemakai sepeda motor karena citra merek sangat penting bagi perusahaan yang menawarkan produknya. Namun produsen sepeda motor juga tidak dapat mengesampingkan program pemasaran yang telah dijalankan oleh perusahaan. Jika dapat menciptakan citra merek yang baik, maka hal tersebut akan menciptakan *repurchase intention* terhadap pengguna produk sepeda motor, dengan demikian pemasaran produk akan lebih efektif tanpa mengeluarkan biaya yang lebih banyak.

Untuk penelitian selanjutnya penulis menyarankan para peneliti lain untuk:

1. Untuk penelitian selanjutnya, perlu dipertimbangkan untuk melakukan penelitian tidak hanya pada merek Bajaj, Honda, Kanzen, dan Kymco saja, tetapi juga bisa dilakukan pada merek sepeda motor yang lain dengan demikian tingkat pengetahuan akan bertambah.
2. Lebih memperdalam teori-teori mengenai pengaruh citra merek, pengetahuan produk, dan keterlibatan produk untuk lebih mendukung hasil penelitian dan mempermudah dalam menganalisis hasil penelitian.