

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan dari hasil penelitian dalam pembahasan dan juga teknik analisis data yang peneliti lakukan mengenai faktor psikologis, citra merek serta keputusan pembelian pada CV. Aman Abadi Motor Cabang Sukabumi, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Faktor psikologis konsumen yang dilaksanakan pada CV. Aman Abadi Motor Cabang Sukabumi masih terbilang rendah atau kurang baik. Hal ini dapat dilihat dari hasil pengolahan data kuisisioner yang dibuat mengenai faktor psikologis khususnya pada dimensi persepsi dimana konsumen tidak merasa puas atas informasi yang didapat mengenai produk KIA sehingga hal tersebut menjadi *start* awal bagi konsumen yang memiliki penilaian negatif terhadap produk serta menjadi penghambat untuk melakukan keputusan pembelian.

2. Citra merek yang dilaksanakan pada CV. Aman Abadi Motor Cabang Sukabumi masih belum memenuhi kriteria penilaian yang baik. Hal ini dapat dilihat dari hasil pengolahan data kuesioner yang dibuat mengenai citra merek khususnya pada dimensi dukungan asosiasi merek dimana konsumen memiliki persepsi atau penilaian yang kurang baik terhadap citra dari merek yang ada pada produk KIA. Oleh karena itu dengan adanya kesan negatif yang dimiliki konsumen akan merek perusahaan akan menjadikan konsumen sulit untuk melakukan keputusan pembelian.

3. Keputusan pembelian yang dilaksanakan pada CV.Aman Abadi Motor Cabang Sukabumi masih belum maksimal untuk berada dalam kriteria penilaian yang baik. Hal ini dapat dilihat dari pengolahan data kuesioner yang dibuat mengenai keputusan pembelian khususnya pada dimensi keputusan membeli. Konsumen banyak memiliki keraguan saat akan membeli produk karena adanya motivasi dorongan sikap orang lain atau konsumen lain.

4. Faktor psikologis dan citra merek terhadap keputusan pembelian pada CV. Aman Abadi Motor Cabang Sukabumi memiliki pengaruh yang positif dan signifikan. Hal ini dapat dilihat dari hasil pengujian hipotesis yang dibuat. Adapun faktor lain yang mempengaruhi keputusan pembelian produk KIA pada CV. Aman Abadi Motor Cabang Sukabumi yakni variabel yang ada diluar penelitian yang dilakukan.

5.2 Saran

Berdasarkan dari kesimpulan di atas, maka peneliti dapat memberikan saran mengenai faktor psikologis, citra merek, keputusan pembelian serta hubungan dari keseluruhan variabel kepada perusahaan sebagai berikut:

1. CV. Aman Abadi Motor Cabang Sukabumi dapat memperhatikan kembali mengenai informasi yang diberikan kepada konsumen sebaik mungkin sehingga konsumen merasa puas akan informasi yang didapat. Selain itu konsumen akan memiliki persepsi baik atau positif dan menjadikan konsumen merasa yakin untuk melakukan pembelian atas produk yang ditawarkan.

2. CV. Aman Abadi Motor Cabang Sukabumi dapat meningkatkan dalam mempengaruhi atau meyakinkan persepsi konsumen terhadap citra dari merek yang dibuat agar konsumen senantiasa percaya dalam menilai produk.

3. Penilaian keputusan pembelian pada CV. Aman Abadi Motor Cabang Sukabumi belum maksimal atau masih dalam pencapaian target penilaian baik. Hal ini dapat dilihat dari dimensi keputusan membeli dimana mayoritas konsumen memiliki keraguan yang cukup besar dalam menentukan pembelian yang dipengaruhi oleh motivasi sikap orang lain. Oleh karena itu, upaya dari perusahaan dalam mempengaruhi konsumen harus lebih di tekankan agar konsumen tetap memilih produk perusahaan meskipun adanya dorongan motivasi sikap orang lain atau konsumen lain.