

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan data diatas telah didapatkan isi kesimpulan dari hasil penelitian, yaitu:

1. Dalam penelitian ini, Telah diidentifikasi bahwa terdapat hasil yang menunjukkan bahwa variabel Kepercayaan Merek memiliki dampak yang positif dan signifikan terhadap proses pengambilan keputusan pembelian. Ini berarti bahwa ketika *Brand Trust* atau tingkat keyakinan konsumen terhadap merek tertentu seperti Honda Scoopy meningkat, maka keputusan pembelian konsumen terhadap merek tersebut juga cenderung meningkat di PT. Tunas Dwipa Matra Mojosari.
2. Pada penelitian ini telah mendapatkan hasil, bahwasanya variabel *Brand Image* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, yang artinya bahwa *Brand Image* terhadap suatu produk meningkat maka akan meningkat pula keputusan pembelian terhadap produk tersebut, salah satunya ialah honda scoopy di PT. Tunas Dwipa Matra Mojosari.

## 5.2 Saran

### 1. Bagi Perusahaan

Dengan adanya penelitian ini, perlu kepuasan pelanggan melalui kualitas prima untuk meningkatkan pembelian konsumen selain melalui promo atau diskon, pembeian produk pada event-event tertentu. Sehingga selain meningkatnya *Brand Trust* pada konsumen terhadap suatu produk juga bisa meningkatkan keyakinan konsumen terhadap PT. Tunas Dwipa Matra Mojosari.

### 2. Bagi peneliti selanjutnya

Dengan adanya penelitian dan analisis data yang dilakukan oleh peneliti, walaupun hasilnya sudah signifikan tetapi masih terdapat kekurangan dalam penelitian, maka dari itu diharapkan peneliti selanjutnya untuk menggunakan responden yang lingkungannya lebih luas, tidak hanya di satu tempat saja melainkan bisa mengambil pada PT yang lain agar mendapatkan hasil yang lebih bervariasi dan maksimal. Kemudian, diharapkan agar menambah variabel ataupun mengkombinasikan beberapa variabel yang disesuaikan dengan objek yang akan diteliti sehingga ada kemungkinan untuk menambah atau memperbesar nilai koefisien determinasi (*R-square*)