

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil analisis menunjukkan bahwa variabel iklan (X1) negatif dan tidak signifikan terhadap minat beli pada sepeda motor Nmax di kabupaten Sleman. Hal ini ditunjukkan dari hasil koefisien regresi 0,117 dengan nilai signifikansi sebesar $0,125 > 0,05$. Dengan demikian maka H1 menyatakan bahwa iklan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli sepeda motor Nmax di kabupaten Sleman **ditolak**.
2. Hasil analisis menunjukkan variabel harga (X2) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli pada sepeda motor Nmax di kabupaten Sleman. Hal ini ditunjukkan dari hasil koefisien regresi sebesar 0,247 dengan nilai signifikansi sebesar $0,006 < 0,05$. Dengan demikian H2 menyatakan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli pada sepeda motor Nmax di kabupaten Sleman **diterima**.
3. Hasil analisis menunjukkan bahwa variabel citra merek (X3) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli sepeda motor Nmax di kabupaten Sleman. Hal ini ditunjukkan dari hasil koefisien regresi sebesar 0,392 dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Dengan demikian

H3 menyatakan bahwa citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli sepeda motor Nmax di kabupaten Sleman **diterima**.

4. Hasil analisis koefisien determinasi (*Adjusted R²*) diperoleh nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,484 atau (48,4%) yang berarti variabel independen iklan, harga, dan citra merek mampu menjelaskan variasi perubahan variabel dependen minat beli sebesar 48,4% sedangkan sisanya 0,516 atau (51,6%) dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh iklan, harga dan citra merek terhadap sepeda motor Nmax di kabupaten Sleman, terdapat beberapa hal yang dapat disampaikan dalam penelitian ini:

1. Bagi sepeda motor Nmax hasil penelitian ini diharapkan dapat mempertahankan minat beli konsumen pada sepeda motor Nmax di kabupaten Sleman. Harga dan citra merek yang memiliki pengaruh positif dan signifikan diharapkan perusahaan bisa meningkatkan yang mempengaruhi harga seperti keterjangkauan harga dan selalu memberikan kualitas terbaik dengan harga yang terjangkau.
2. Bagi peneliti selanjutnya penelitian ini hanya terbatas pada iklan, harga, dan citra merek terhadap minat beli. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat menambahkan faktor lain yang mempengaruhi minat beli.