

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Sesuai dengan hasil dari pengujian dengan menggunakan PLS untuk menganalisis pengaruh Kalitas Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian helm KYT di Lumajang, karena itu dapat ditarik kesimpulan :

1. Seiring dengan meningkatnya kualitas produk yang ditawarkan kepada pelanggan, pelanggan akan semakin terdorong melakukan pembelian. Hal ini menjelaskan kalau kualitas produk memengaruhi keputusan pembelian.
2. Seiring dengan meningkatnya citra merek yang ditawarkan kepada pelanggan, pelanggan akan semakin terdorong melakukan pembelian. Hal ini menjelaskan kalau citra merek memengaruhi keputusan pembelian.

5.2 Saran

Sesuai dengan kesimpulan yang telah dijelaskan diatas maka ada sedikit saran yang ingin peneliti berikan untuk menjadi bahan pertimbangan atau dapat dimanfaatkan sebagai unsur penentuan keputusan, diantaranya sebagai berikut :

1. Produsen helm KYT diharapkan terus melakukan inovasi dan penyempurnaan fitur-fitur produknya. Temuan penelitian menunjukkan bahwa fitur produk merupakan faktor paling dominan

yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Oleh karena itu, peningkatan fitur seperti kenyamanan, keamanan, desain, dan teknologi menjadi penting agar KYT tetap unggul dan mampu bersaing di pasar. Dalam persaingan yang semakin ketat, fokus pada pengembangan fitur akan membantu KYT mempertahankan loyalitas pelanggan, menarik konsumen baru, dan memperkuat posisinya di industri helm.

2. Perusahaan disarankan untuk terus menjaga dan memperkuat citra positif merek KYT, karena hasil penelitian menunjukkan kalau citra pembuat adalah salah satu faktor yang sangat memengaruhi keputusan pembelian konsumen. Citra merek yang kuat dapat menciptakan persepsi positif di benak konsumen, meningkatkan kepercayaan, serta mendorong loyalitas terhadap produk. Untuk itu, KYT perlu menjalankan strategi promosi yang tepat sasaran dan berkesinambungan, memperkuat komunikasi merek secara konsisten di berbagai saluran, serta menjaga kualitas produk dan layanan. Selain itu, keterlibatan aktif dalam kegiatan sosial, sponsorship, atau event otomotif juga dapat meningkatkan eksistensi dan reputasi merek. Dengan mempertahankan citra merek yang kuat, KYT bukan saja dapat menarik pelanggan baru, tetapi juga dapat memperkuat loyalitas pelanggan yang sudah ada, terutama di wilayah seperti Lumajang yang menjadi salah satu target pasar penting perusahaan.