

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1.Kesimpulan

Berdasarkan hasil dari penelitian di atas maka peneliti menyimpulkan beberapa hal sebagai berikut :

- 1) Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.
- 2) Asosiasi merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.
- 3) Gaya Hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.
- 4) Kualitas produk, asosiasi merek, dan gaya hidup secara bersama – sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

5.2.Saran

- 1) Bagi perusahaan

Vespa Piaggio dimata konsumen memiliki desain motor yang cukup menarik, daya tahan motornya cukup terjamin, serta dari segi pelayanan karyawan Piaggio memberikan pelayanan yang cukup memuaskan, tanggap, ramah, sopan serta cukup mampu menerima segala kritik konsumen dengan baik. Sehingga hal ini perlu dipertahankan agar konsumen dengan setia memilih Piaggio. Produk Piaggio juga diminati oleh anak-anak muda yang energik & “borjuis”, serta memiliki hobi untuk traveling dan berkumpul bersama anggota klub vespa. Sehingga perlu diperbanyak event – event menarik seperti membagikan voucher traveling

kepada konsumen Piaggio atau mengadakan touring bersama dengan klub – klub vespa se-Indonesia.

2) Bagi peneliti selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya diharapkan meneliti variabel-variabel lainnya yang memiliki kemungkinan berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen, seperti : iklan, *brand awareness*, *perception quality*, *brand loyalty*.

