

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB VI

PENUTUP

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil uji t dapat disimpulkan

- a. Iklan berpengaruh secara parsial terhadap persepsi konsumen pada sepeda motor honda scoopy studi pada masyarakat kelurahan manggala sakti, kecamatan tanah putih, kabupaten rokan hilir.
- b. Citra Merek berpengaruh secara parsial terhadap persepsi konsumen pada sepeda motor honda scoopy studi pada masyarakat kelurahan manggala sakti, kecamatan tanah putih, kabupaten rokan hilir.
- c. Secara simultan, Iklan dan Citra merek berpengaruh terhadap persepsi konsumen pada sepeda motor honda scoopy studi pada masyarakat kelurahan manggala sakti, kecamatan tanah putih, kabupaten rokan hilir. Adapun pengaruhnya sebesar 57,3%.

6.2 Saran

Adapun saran yang dapat diberikan peneliti adalah sebagai berikut:

- a. Hasil penelitian menunjukkan bahwa iklan berpengaruh terhadap persepsi konsumen pada sepeda motor honda scoopy studi pada masyarakat kelurahan manggala sakti, kecamatan tanah putih, kabupaten rokan hilir. Sehingga diharapkan kepada perusahaan untuk terus melakukan peningkatan iklan terhadap honda scoopy agar produk scoopy tetap dikenal dan selalu ada di ingatan konsumennya dikarenakan scoopy sudah

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- dikenal dikalangan masyarakat, hendaklah terus melakukan iklan dengan menggunakan artis ternama serta melakukan even² tertentu untuk lebih mengenalkan kelebihan produk scoopy yang ada.
- b. Hasil penelitian menunjukkan bahwa citra merek berpengaruh terhadap persepsi konsumen pada produk honda scoopy studi pada masyarakat kelurahan manggala sakti, kecamatan tanah putih, kabupaten rokan hilir. Sehingga diharapkan kepada perusahaan untuk meningkatkan dan tetap menjaga citra positif produknya yang sudah dikenal masyarakat dengan cara seperti melakukan acra amal membantu berbagai kalangan yang membutuhkan.
 - c. Untuk peneliti selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan penelitian dengan menggunakan metode lain dalam meneliti pengaruh iklan dan citra merek terhadap persepsi konsumen, misalnya melalui wawancara, obsevasi atau eksperimen yang mendetail dengan responden lainnya.