

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada bab sebelumnya mengenai, harga, kualitas produk dan promosi terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha Mio di Bandar Lampung, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

- a. Secara parsial harga (X1) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha Mio di Bandar Lampung. Karena konsumen merasa harga yang ditawarkan produk Yamaha sesuai dengan kualitas produk yang diberikan.
- b. Variabel kualitas produk (X2) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha Mio di Bandar Lampung. Kualitas adalah faktor utama suatu konsumen melakukan pembelian terhadap suatu barang jika kualitas barang tersebut bagus maka sudah tidak diragukan lagi bahwa barang tersebut layak dan pantas untuk di beli.
- c. Sementara itu promosi (X3) tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha Mio di Bandar Lampung. Hal ini dikarenakan promosi yang diberikan oleh Yamaha kurang menarik minat konsumen.

- d. Harga (X_1), kualitas produk (X_2), dan promosi (X_3) secara simultan (bersama-sama) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha Mio pada Konsumen di Bandar Lampung.

5.2 Saran

Setelah mengetahui bagaimana pengaruh harga, kualitas produk dan promosi terhadap keputusan pembelian, maka saran yang dapat direkomendasikan dari hasil penelitian ini adalah :

- a. Berdasarkan hasil penelitian ini diketahui bahwa harga, kualitas produk dan promosi memiliki kontribusi yang cukup besar dalam menarik minat konsumen untuk membeli produk sepeda motor Yamaha Mio. Oleh karena itu perusahaan perlu mempertahankan citra yang selama ini sudah terbentuk dan mengembangkan inovasi-inovasi baru yang berbeda.
- b. Pada penelitian ini, variabel promosi tidak berpengaruh sehingga perusahaan lebih memperhatikan promosi produk agar konsumen mendapatkan informasi ketika melakukan keputusan pembelian produk Yamaha Mio.
- c. Penelitian ini hanya terfokuskan pada harga, kualitas produk dan promosi. Masih terdapat faktor-faktor lain seperti saluran distribusi yang dapat dijadikan peluang untuk melakukan penelitian baru.
- d. Penelitian ini hanya dilakukan pada konsumen sepeda motor Yamaha Mio. Oleh karena itu penelitian ini perlu dikembangkan pada konsumen sepeda motor merek lain.