

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai Pengaruh Diferensiasi, Promosi, *Positioning* dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian, maka kesimpulan dari penelitian ini adalah:

1. Variabel diferensiasi yang dilakukan Yamaha tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Disebabkan bahwa hasil penelitian ini menunjukkan pelanggan sepeda motor didealer Yamaha tidak melihat adanya perbandingan yang berbeda antara merek sepeda motor Yamaha dengan sepeda motor merek pesaingnya didalam menentukan keputusan pembelian.
2. Variabel promosi yang dilakukan Yamaha tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil penelitian terkait variabel promosi menunjukkan bahwa pelanggan sepeda motor didealer Yamaha tidak mendapatkan promosi atau tidak memerlukan iklan yang sudah dilakukan pihak sepeda motor Yamaha dikarenakan konsumen sudah mengetahui informasi seputar penjualan sepeda motor merek Yamaha terhadap keputusan pembelian.

3. Variabel *positioning* yang dilakukan Yamaha berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil riset menghasilkan bahwa terkait dengan *positioning*, telah memberikan pengaruh terhadap pelanggan sepeda motor merek Yamaha dengan keberadaan posisi motor tersebut, oleh karena itu konsumen yakin untuk melakukan keputusan pembelian.
4. Variabel kualitas produk yang dilakukan Yamaha tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terkait dengan kualitas produk tidak mampu mempengaruhi pelanggan terhadap keputusan pembelian dikarenakan konsumen belum merasakan kelebihan dari sepeda motor Yamaha tersebut.
5. Variabel diferensiasi, promosi, *positioning* dan kualitas produk yang dilakukan Yamaha berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa keseluruhan yang mencakup dengan kelima variabel tersebut menunjukkan bahwa pengaruh diferensiasi, promosi, *positioning* dan kualitas produk yang dilakukan Yamaha berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil pembahasan, oleh karena itu saran yang diberikan adalah sebagai berikut :

1. Dealer sepeda motor Yamaha central teluk betung, bandar lampung harus lebih memperhatikan suatu produk, pelayanan dan citra karena indikator tersebut merupakan proses menambahkan serangkaian perbedaan yang penting dan bernilai.

2. Kepada dealer sepeda motor Yamaha central teluk betung, bandar lampung agar lebih memperhatikan strategi bauran pemasaran yang dilakukan dalam mengembangkan arus informasi yang mengarahkan perusahaan atau dealer didalam tindakan. Terutama untuk faktor jangkauan promosi, periklanan, serta promosi penjualan, karena bagaimana pun juga dalam suatu organisasi perusahaan yang bergerak dibidang penjualan, harus kreatif melakukan promosi yang baik dan mampu diterima masyarakat.
3. Ada banyak faktor-faktor lain yang berpengaruh terhadap pelanggan dapat memutuskan membeli suatu kendaraan bermotor, namun hal yang paling ditekankan adalah kualitas produk meliputi kinerja, daya tahan serta fitur sehingga komponen jaminan suatu produk dapat memenuhi keinginan masyarakat.
4. Perkembangan dealer Yamaha kedepan seharusnya lebih progresif dengan penelitian ini, sebagai pertimbangan dan tolak ukur persaingan penjualan kendaraan bermotor khususnya di bandar lampung.

Untuk perkembangan *dealer* Yamaha central teluk betung, bandar lampu kedepan, diharapkan ada peneliti yang tertarik untuk meneliti permasalahan ini lebih lanjut serta mendalam, baik meneliti faktor-faktor lain selain bauran pemasaran dan faktor pengaruh diferensiasi, promosi, *positioning* dan kualitas produk, maupun faktor-faktor apa saja yang membuat masyarakat memutuskan membeli suatu kendaraan bermotor khususnya didealer Yamaha central teluk betung, bandar lampung.