

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Kesimpulan ini diharapkan menjawab permasalahan yang dirumuskan dalam penelitian ini dengan menunjukkan bahwa strategi pemasaran yang efektif harus mempertimbangkan ketiga aspek tersebut untuk meningkatkan penjualan dan kepuasan pelanggan. Berdasarkan dari hasil analisis yang telah dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut;

- a. Harga berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian motor Honda PCX di Jakarta Selatan. Hal ini disebabkan berdasarkan hasil pembahasan bahwa harga merupakan faktor yang ada pada konsumen motor di Jakarta Selatan serta harga yang terlampaui tinggi dapat mengakibatkan kendaraan dianggap tidak terjangkau, sedangkan harga yang terlalu rendah dapat menimbulkan keraguan terhadap kualitasnya.
- b. Citra Merek berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian motor Honda PCX di Jakarta Selatan. Secara keseluruhan responden menjawab setuju bahwa citra merek mempunyai pengaruh dalam keputusan pembelian khususnya sepeda motor PCX di Jakarta Selatan tersebut. Citra merek dari sebuah produk maupun perusahaan yang memiliki kesan positif memungkinkan untuk dapat menarik konsumen lebih banyak dibandingkan kompetitornya.
- c. Kualitas Produk tidak memiliki pengaruh terhadap Keputusan Pembelian motor Honda PCX di Jakarta Selatan. Maka dengan demikian hasil penelitian ini memberikan wawasan baru dan mengindikasikan bahwa terdapat faktor lain yang mempengaruhi variabel kualitas produk produk memenuhi ekspektasi atau standar tertentu dalam memenuhi kebutuhan atau keinginan mereka.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan dari hasil penelitian, maka diberikan beberapa saran yang diharapkan dapat meningkatkan keputusan pembelian antara lain sebagai berikut:

1. Bagi perusahaan

- a. Berdasarkan penelitian yang telah disebutkan sebelumnya, pada hasil uji deskriptif variabel harga dengan nilai mean terendah terdapat pada indikator pernyataan harga motor Honda PCX membuat saya berpikir bahwa saya sedang membeli produk dengan teknologi canggih dan modern. Dari pernyataan tersebut dapat memberikan gambaran dan saran bagi perusahaan bahwa responden kurang merasa yakin bahwa mereka membeli motor Honda PCX dengan harga tersebut bisa membeli produk dengan teknologi canggih dan modern. Hal ini bisa menjadi evaluasi bagi perusahaan agar konsumen merasa mereka sedang membeli produk dengan teknologi canggih dan modern dari harga yang ditetapkan.
 - b. Berdasarkan hasil uji analisis deskriptif dengan pernyataan menurut saya Honda PCX menawarkan desain yang berbeda dari sebelumnya, indikator pernyataan tersebut merupakan rata-rata jawaban terendah. Maka dari itu perusahaan perlu memperhatikan apakah Honda PCX benar-benar menawarkan desain yang berbeda dari produk sebelumnya kepada konsumen. Dari hasil analisis tersebut maka perusahaan bisa melakukan pengkajian lebih lanjut agar dapat meningkatkan keuntungan perusahaan dengan peningkatan citra merek dari segi desain yang ditawarkan.
2. Bagi penelitian selanjutnya
- a. Penambahan Variabel Penelitian
Penelitian selanjutnya dapat mempertimbangkan variabel lain seperti promosi, pelayanan purna jual, dan loyalitas pelanggan dan sebagainya yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini untuk memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai faktor yang memengaruhi keputusan pembelian. Dikarenakan pada uji determinasi hanya sebesar 38,2% faktor yang dapat dijelaskan terkait keputusan pembelian dan sisanya adalah faktor – faktor lain.
 - b. Perluasan Wilayah Penelitian
Penelitian mendatang sebaiknya mencakup wilayah yang lebih luas untuk memperoleh hasil yang lebih representatif. Analisis komparatif antar wilayah juga dapat memberikan wawasan tambahan mengenai perbedaan preferensi konsumen, bisa dilakukan dengan seluruh lokasi DKI Jakarta.