

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka penelitian dengan judul "Pengaruh Iklan, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Motor Yamaha (Studi Kasus Pada Warga di Kampung Irian RT 009 Kelurahan Teluk Pucung Bekasi Utara)".

1. Hasil dari variabel iklan terdapat pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian motor Yamaha (Studi Kasus Pada Warga di Kampung Irian RT 009 Kelurahan Teluk Pucung Bekasi Utara), dan indikator yang berpengaruh adalah Interest (Daya Tarik/Ketertarikan).
2. Hasil dari variabel kualitas produk terdapat pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian motor Yamaha (Studi Kasus Pada Warga di Kampung Irian RT 009 Kelurahan Teluk Pucung Bekasi Utara), dan indikator yang berpengaruh adalah fitur.
3. Hasil dari variabel harga terdapat pengaruh signifikan keputusan pembelian motor Yamaha (Studi Kasus Pada Warga di Kampung Irian RT 009 Kelurahan Teluk Pucung Bekasi Utara), dan indikator yang paling berpengaruh adalah harga sesuai kebutuhan.
4. Terdapat pengaruh iklan, kualitas produk dan harga secara bersama – sama terhadap keputusan pembelian motor Yamaha (Studi Kasus Pada Warga di Kampung Irian RT 009 Kelurahan Teluk Pucung Bekasi Utara).
5. Hasil nilai *R Square* sebesar 0,573 atau 57,3% sehingga dapat diartikan bahwa iklan, kualitas produk dan kualitas produk mempengaruhi keputusan pembelian sebesar 57,3% sisanya sebesar 42,7% dipengaruhi oleh variabel /faktor lain.

5.2 Saran

1. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa variabel iklan berpengaruh terhadap keputusan pembelian, oleh karena itu PT. Yamaha Indonesia disarankan untuk membuat iklan lebih inovatif dan kreatif. Dan harus bisa menungguli pesaingnya.

2. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa variabel kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian, oleh karena itu PT. Yamaha Indonesia disarankan dalam merancang sebuah produk dapat memberikan rasa kenyamanan dan keamanan bagi penggunaannya, selain itu PT. Yamaha Indonesia juga perlu memperhatikan desain produknya agar menarik, sehingga para penggunaannya tidak hanya merasakan kenyamanan dan keamanan namun juga merasakan kebanggaan saat mengendarainya, dengan demikian diharapkan mendorong konsumen agar melakukan pembelian dimasa mendatang.
3. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa variabel harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian, oleh karena itu PT. Yamaha Indonesia disarankan untuk memperhatikan dalam pengambilan keputusan penetapan harga, harus memikirkan konsumen.

5.3. Implikasi Manajerial

Dengan adanya penelitian ini PT. Yamaha Indonesia Motor Manufacturing (YIMM) diharapkan dapat lebih lagi memperhatikan masalah iklan mereka, dengan cara meningkatkan iklan agar lebih menarik, memperhatikan masalah kualitas produk mereka, yaitu dengan cara meningkatkan kualitas produk, sehingga diharapkan dapat meningkatkan penjualan sepeda motor nya. Selain itu PT. Yamaha Indonesia Motor Manufacturing (YIMM) perlu menentukan strategi penetapan harga yang tepat dengan cara melakukan riset-riset pemasaran sebelum menetapkan harga terhadap produknya. harga merupakan faktor penting terhadap keputusan pembelian, dimana konsumen selalu melihat iklan, kualitas produk dan harga sebagai faktor utama sebelum mereka melakukan pembelian.