

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk, Promosi Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian pada Sepeda Motor Yamaha Aerox (Studi Kasus pada Konsumen *Dealer* Yamaha Cigembang, Kab. Kuningan) menghasilkan kesimpulan sebagai berikut:

1. Kualitas Produk, Promosi Dan Citra Merek secara bersama-sama (simultan) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, artinya Kualitas Produk, Promosi Dan Citra Merek secara bersama-sama berperan terhadap Keputusan Pembelian pada Sepeda Motor Yamaha Aerox di Kabupaten Kuningan.
2. Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian, artinya semakin baik kualitas produk di benak konsumen maka akan semakin meningkatkan Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha Aerox di Kabupaten Kuningan.
3. Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian, artinya semakin banyak konsumen melihat promosi pada sebuah produk maka semakin meningkatkan Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha Aerox di Kabupaten Kuningan.
4. Citra Merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian, artinya semakin kuat citra merek Sepeda Motor Yamaha Aerox dibenak konsumen pada maka semakin tinggi pula Keputusan Pembelian yang dilakukan konsumen pada pembelian Sepeda Motor Yamaha Aerox di Kabupaten Kuningan.

5.2 Saran

1. Bagi Perusahaan
 - a. Pada indikator Kualitas Produk, nilai rendah ada di pernyataan “sepeda motor aerox dapat menanggung pemakaian berat atau penggunaan yang intensif “, maka saran bagi Dealer Yamaha Cigembang, Kab. Kuningan yaitu perusahaan dapat meningkatkan desain motor dan memilih material yang lebih tahan lama dan kokoh untuk komponen-komponen yang paling sering terkena dampak. Perusahaan juga perlu Pastikan semua motor melewati uji kualitas yang ketat sebelum dilepas ke pasar. Ini termasuk uji keausan, uji ketahanan, dan uji keandalan untuk memastikan motor dapat bertahan dalam kondisi penggunaan yang berat. Selain itu, nilai rendah ada di pernyataan “semua fitur yang diiklankan oleh yamaha aerox berfungsi dengan baik sesuai dengan spesifikasi yang telah ditetapkan”, maka saran bagi Dealer Yamaha Cigembang, Kab. Kuningan yaitu perusahaan dapat Melakukan pemeriksaan menyeluruh pada setiap unit Yamaha Aerox sebelum diserahkan kepada pelanggan untuk memastikan semua fitur berfungsi dengan baik. Serta Perusahaan dapat membuat checklist pemeriksaan fitur yang harus diverifikasi oleh teknisi sebelum motor diserahkan kepada pelanggan.
 - b. Pada indikator Promosi nilai terkecil ada di pernyataan “Saya tertarik dengan adanya discount terhadap sepeda motor yamaha aerox”, maka saran bagi Dealer Yamaha Cigembang, Kab. Kuningan perlu memberikan promosi yang menarik seperti diskon akhir tahu, diskon ulang tahun konsumen di hari itu, diskon setiap bulan dengan menggunakan promosi media sosial, iklan online, dan promosi di tempat-tempat strategis untuk mencapai lebih banyak calon konsumen. Selain itu, nilai rendah ada di pernyataan “sales sepeda motor yamaha aerox memiliki pemahaman tentang spesifikasi, performa dan fitur untuk menjawab pertanyaan konsumen.”, maka saran bagi Dealer Yamaha Cigembang, Kab. Kuningan yaitu perusahaan dapat Menyediakan kesempatan bagi calon pelanggan untuk melakukan test ride. Pengalaman langsung dengan motor dapat meningkatkan kepercayaan dan ketertarikan calon

pembeli, dan menyediakan informasi lengkap mengenai fitur, keunggulan, dan perbandingan dengan kompetitor untuk meyakinkan calon pembeli.

- c. Pada indikator Citra Merek nilai terkecil ada di pernyataan “sepeda motor yamaha aerox mengesankan konsumen dengan adanya atribut seperti cc yang besar” maka saran bagi *Dealer* Yamaha Cigembang, Kab. Kuningan perlu mengadakan acara demonstrasi atau *test drive* untuk memungkinkan konsumen merasakan sendiri performa dan kenyamanan Yamaha Aerox. Hal ini dapat membantu mengatasi prasangka tentang ukuran cc mesin dan memberikan kesempatan bagi konsumen untuk menghargai fitur-fitur lain yang ditawarkan. Perusahaan juga dapat memberikan edukasi kepada konsumen tentang pentingnya faktor-faktor selain ukuran cc dalam menilai performa dan kualitas sepeda motor. Jelaskan bagaimana teknologi mesin yang canggih dan desain yang terkini dapat memberikan pengalaman berkendara yang superior, meskipun dengan cc yang lebih kecil. Selain itu, nilai rendah ada di pernyataan “Yamaha aerox mempunyai fitur-fitur yang sangat canggih.”, maka saran bagi *Dealer* Yamaha Cigembang, Kab. Kuningan yaitu perusahaan dapat meluncurkan kampanye iklan yang secara khusus menyoroti fitur-fitur canggih Yamaha Aerox, baik di media cetak, online, maupun di radio atau televisi lokal dan membuat promosi khusus yang mengedepankan keunggulan fitur-fitur canggih, seperti diskon atau bonus tambahan untuk model yang dilengkapi fitur tertentu.
- d. Pada indikator Keputusan Pembelian, nilai terkecil ada di pernyataan “Selalu melakukan riset, pertimbangan dan evaluasi sebelum membuat keputusan pembelian sepeda motor yamaha aerox” maka saran bagi *Dealer* Yamaha Cigembang, Kab. Kuningan yaitu mendorong ulasan dan testimoni dari konsumen yang telah menggunakan Yamaha Aerox. Ulasan positif dari pengguna yang puas dapat membantu meyakinkan konsumen potensial yang ragu untuk melakukan pembelian. Gunakan platform online seperti situs web perusahaan, forum diskusi, atau platform ulasan independen. Selain itu perusahaan dapat melakukan kampanye pemasaran yang fokus pada pendidikan dan pemahaman tentang fitur dan manfaat Yamaha Aerox.

Gunakan konten yang informatif, seperti video tutorial, infografis, atau artikel blog, untuk menjelaskan keunggulan produk dan membantu konsumen dalam proses pengambilan keputusan. Selain itu, nilai rendah ada di pernyataan “pengalaman pribadi dengan yamaha aerox dan merasa puas dengan kinerja, desain dan fitur dapat menjadi motivasi untuk merkomendasikan sepeda motor yamaha aerox.”, maka saran bagi *Dealer* Yamaha Cigembang, Kab. Kuningan yaitu perusahaan dapat melakukan pelatihan intensif kepada staf penjualan agar mereka bisa menjelaskan dengan baik setiap fitur dan manfaatnya kepada calon pelanggan. Staf yang terlatih dengan baik dapat memberikan penjelasan yang meyakinkan dan menjawab pertanyaan pelanggan dengan kompeten.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penulis berharap bahwa hasil penelitian ini dapat menjadi acuan bagi penelitian berikutnya khususnya dalam bidang Manajemen Pemasaran, serta berkontribusi dalam pengembangan ilmu pengetahuan tersebut. Selain itu, penulis juga merasa penting untuk mempertimbangkan penambahan variabel lain, seperti tingkat *minat beli*, *brand ambassador*, *brand image*, *brand trust* dan sebagainya yang tidak dipelajari dalam penelitian ini.