BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

1.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengujian dugaan penelitian menggunakan analisis jalur diperoleh kesimpulan:

1. Secara bersama-sama variabel Brand Image, Harga dan Pengembangan Produk berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Secara keseluruhan pengaruh ketiga variabel ditunjukkan oleh nilai koefisien determinansi sebesar 64,0%. Artinya kontribusi Brand Image, Harga dan Pengembangan Produk terhadap keputusan pembelian konsumen ada sebesar 64,0%, sedangkan sisanya sebesar 36,0% dipengaruhi oleh faktor lain.
2. Secara parsial diperoleh Brand Image 11,6%, Harga 35,2% dan Pengembangan Produk 17,2% berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Dimana nilai uji t hitung diperoleh lebih besar dari t tabel untuk masing-masing variabel.
3. Diantara ketiga variabel yang dilihat pengaruhnya terhadap keputusan pembelian diperoleh pengaruh harga paling dominan dari dua variabel lainnya, diikuti dengan pengaruh Pengembangan Produk dan Brand Image. Hal ini kecenderungan orang untuk menentukan merk motor yang dipilihnya masih jauh mempertimbangkan masalah harga, faktor ekonomi atau kemampuan daya beli masih sebagai faktor utama dalam proses keputusan pembelian.

1.2 Saran

1. Untuk para produsen Sepeda Motor, khususnya jenis motor sport dalam memproduksi dan memasarkan produknya hendaknya mempertimbangkan faktor strategis :

   a. Masalah kekuatan brand image nya agar terkenal dan dapat membenamkan image merknya dalam hati konsumen untuk selanjutnya dapat dipertahankan kekuatan imagenya. Khusus untuk produsen dengan target penjualan rendah ataupun yang baru memasuki pasar persaingan hendaknya melakukan usaha-usaha untuk memperkenalkan keunggulan produknya dengan lebih sering melakukan reiset untuk pengembangan produknya menuju kualitas yang setara dengan para kompetitornya sehingga merk nya dapat bersaing dalam hal memberi kesan pada konsumen.Begitupun sebaliknya bagi market leader harus tetap waspada terhadap bermunculannya produsen atau pemain baru yang bukan tidak mungkin akan merebut sebagian pangsa pasarnya.

   b. Penentuan harga tetap merupakan faktor dominan dan akan sangat menentukan produk tersebut sukses di pasaran, baik produsen besar maupun kecil harus sudah mulai memperhatikan tingkat perekonomian masyarakat Indonesia dalam memproduksi produknya yang berkualitas tapi terjangkau oleh minat dan daya beli konsumen Indonesia, Hal ini dapat ditarik kesimpulan bahwa hal pertama yang dipikirkan oleh

konsumen dalam rencana pembelian sepeda motor jenis sport adalah dengan melihat kemampuan atau ketersediaan dana yang ada untuk mengadopsi sebuah motor. Tentu saja seperti yang telah disebutkan diatas penetapan harga harus disesuaikan dengan kualitas yang ditawarkan, harus ada keseimbangan antara keduanya, jangan sampai konsumen punya pandangan pula bahwa rendahnya harga motor menunjukan rendahnya kualitas motor. Hal inilah dilema yang sering dihadapi para produsen pemula dalam menghadapi senior kompetitornya.

c. Kemajuan Teknologi seiring dengan berjalannya jaman menyebabkan paradigma bisnis berubah dengan menempatkan konsumen sebagai pengambil keputusan yang didasarkan pada pola kemajuan teknologi, hal ini terlihat dari begitu besarnya animo konsumen terhadap produk tertentu yang mengadopsi teknologi terbaru/ terkini, Konsumen sudah mempunyai pemikiran bahwa produk terbaik adalah produk yang sarat dengan kemajuan teknologi, barang usang sudah mulai ditinggalkan bila ada barang baru yang tidak ketinggalan jaman, hal ini berlaku baik bagi kemajuan teknologi mesin, bentuk, maupun fitur – fitur yang dibawa dalam produk sebuah sepeda motor. Hal – hal temuan, inovasi dalam sebuah sepeda motor otomatis dituntut dikembangkan oleh para produsen. Meskipun ada kecenderungan peniruan teknologi antar para produsen, bahkan ada produsen baru yang dengan jelas-jelas bersifat plagiator dalam memproduksi produknya,namun hal ini merupakan upaya keras para pemain pasar pemula untuk dapat bersaing dengan produk aslinya, dan

kenyataanya memang ini merupakan strategi mereka dalam menarik minat konsumen. Akan tetapi strategi tersebut pada kenyataanya hanya sebagai strategi awal saja, karena pada akhirnya mereka menunjukan identitas produk asli mereka sendiri setelah melakukan serangkaian evaluasi perbandingan dengan produk tangguh yang menjadi panutannya/jiplakannya.

2. Bagi para peneliti/ observer selanjutnya hendaknya agar diteliti fokus pada harga, iklan, dan aksesoris tambahan, karena pasar sepeda motor adalah pasar monopoli bersaing (monopolistic competition). Selain itu hendaknya mengidentifikasi variabel-variabel beserta sub variabel penelitiannya secara jelas dan akurat didasarkan pada teori-teori para ahli yang ada, kelengkapan atau semakin banyaknya variabel yang diambil akan semakin detail hasil penelitiannya, meski demikian tentu saja masalah resiko rumitnya suatu penelitian akan menjadi tantangan bagi para peneliti tersebut. Selain itu masalah ketersediaan waktu penelitian dan biaya penelitian merupakan faktor yang harus diperhatikan juga bagi para peneliti dalam hal penentuan sebatas mana kekompleksitasan penelitian akan dilakukan.