BAB V

Kesimpulan dan Saran

5.1 Kesimpulan

Berdasakan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka penulis menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Motivasi konsumen sepeda motor kaisar pada Dealer Kaisar Plaza Bandung termasuk dalam kategori baik. Kebutuhan fisiologis adalah indicator yang paling menunjang motivasi konsumen karena memiliki skor paling tertinggi diantara indicator yang lain.
2. Persepsi konsumen sepeda motor kaisar pada dealer Kaisar Plaza Bandung termasuk dalam kategori baik. Indicator yang paling menunjang persepsi konsumen adalah pengaturan posisi jasa karena memiliki skor paling tertinggi diantara indicator yang lain.
3. Keputusan pembelian konsumen sepeda motor kaisar pada dealer Kaisar Plaza Bandung termasuk dalam kategori baik. Dilihat dari pencarian informasi, evaluasi alternative, keputusan pembelian dan perilaku pasca pembelian menunjukan kategori baik, sementara pengenalan kebutuhan dalam kategori cukup. Hal ini mengindikasikan bahwa keputusan pembelian konsumen sepeda motor kaisar pada dealer Kaisar Plaza Bandung sudah baik.

4. Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa secara simultan terdapat pengaruh yang signifikan antara Motivasi (X_1), dan Persepsi (X_2) terhadap Keputusan pembelian (Y). Hal ini dapat diartikan bahwa Motivasi (X1) dan Persepsi (X2) berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Sepeda Motor Kaisar Pada Dealer Kaisar Plaza Bandung. Besarnya pengaruh motivasi dan persepsi terhadap keputusan pembelian adalah sebesar 80,0% dan sisanya dipengaruhi factor lain sebesar 20,0%. Besarnnya dampak secara parsial diketahui sebesar 53,8% (Motivasi), 26,2% (Persepsi). Dan hubungan antara beban kerja dan kapasitas kerja sebesar 62,2%. Adanya hubungan yang kuat antara Motivasi (X_1) dengan Persepsi (X_2) dengan Keputusan pembelian (Y).

5.2 Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka peneliti mengajukan beberapa saran untuk manajemen Dealer Kaisar Plaza, yaitu:

1. Untuk menghadapi kondisi persaingan bisnis yang sangat ketat manajemen Dealer Kaisar Plaza harus memilki strategi-strategi khusus untuk meningkatkan penjualan produknya. Salah satunya dengan memanfaatkan kebutuhan masyarakat akan sepeda motor yang terus meningkat dengan cara memberikan produk terbaik bagi para konsumen.
2. Manajemen Dealer Kaisar Plaza harus dapat meyakinkan konsumen bahwa sepeda motor Kaisar telah melalui serangkaian uji coba dan telah memenuhi standar internasional baik dari akselerasi, jarak pengereman,

kerja mesin, dan ketahanan mesin sehingga sepeda motor Kaisar aman saat dikendarai.

3. Manajemen Dealer Kaisar Plaza harus lebih menunjukan identitas sepeda motor Kaisar dengan cara memaksimalkan pelayanan jasa yang ada. Sehingga produk Kaisar diharapkan lebih dikenal oleh masyarakat dan pada ahirnya dapat meningkatkan jumlah penjualan.
4. Manajemen Dealer Kaisar Plaza harus dapat meyakinkan konsumen bahwa sepeda motor Kaisar memilki harga yang jauh lebih murah dibandingkan dengan harga produk pesaing di kelas yang sama.