BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan pada bab sebelumnya, maka penulis mengambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Periklanan pada sepeda motor Honda Revo yang telah dilakukan dengan baik, hal ini ditunjukan perolehan persentase sebesar 75% yang berada pada rentang (68,01-84%).
2. Konsumen pada produk Honda Revo di PT Daya Anugerah Mandiri memiliki persepsi yang baik..
3. Konsumen sepeda mototr Honda Revo di PT Daya Anugerah Mandiri memiliki tingkat pengambilan keputusan yang tinggi, hal ini ditunjukan dengan diperolehnya nilai persentase sebesar 72,2%.
4. Secara simulatn, periklanan dan persepsi konsumen terhadap produk sepeda motor honda Revo memberikan pengaruh yang signifikan terhadap pengambilan keputusan konsumen dengan total pengaruh sebesar 44,8 %. Secara parsial, periklanan mermberikan pengaruh sebesar 12%, sedangkan untuk persepsi konsumen memberikan pengaruh sebesar 32,8%, sedangkan sisanya sebesar 100%- 44,8% = 51,22%, merupakan pengaruh variabel yang tidak diteliti.

5.2 Saran

1. Media iklan yang digunakan oleh PT Daya Anugrah Mandiri hendaknya lebih di tingkatkan dalam pengiklanan produk yang ditawarkan oleh perusahaan agar lebih tersampaikan maksud dan tujuan iklan tersebut pada konsumen.
2. Produk yang ditawarkan sebaiknya lebih ditingkatkan seperti: warna, striping, kualitas mesin, pelayanan terhadap konsumen semakin di tingkatkan kembali,agar persepsi konsumen pada produk Honda Revo semakin baik di PT Daya Anugrah Mandiri..
3. Untuk lebih meningkatankan keputusan pembelian konsumen , ada baiknya pihak dealer lebih giat melakukan promosi produk Honda Revo .Selain itu bisa juga menggunakan media elektronik dan media cetak untuk membantu kegiatan promosi tersebut.