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. Motivasi konsumen pada produk Honda tipe sport di PT Daya Anugrah Mandiri Bandung tergolong cukup tinggi, hal ini ditunjukan dengan perolehan nilai persentase sebesar 58,5% yang berada pada rentang interval antara 52,01%-68%.
2. Sikap konsumen pada produk Honda tipe sport di PT Daya Anugrah Mandiri Bandung tergolong cukup baik, hal ini ditunjukan dengan perolehan nilai persentase sebesar 65,5% yang berada di antara rentang interval (52,01-68%).
3. Keputusan pembelian konsumen pada produk Honda tipe sport di PT Daya Anugrah Mandiri Bandung tergolong cukup tinggi, hal ini ditunjukan dengan perolehan nilai persentase sebesar 53,8% yang berada di antara rentang interval (52,01-68%).
4. Secara simultan, motivasi (X_1) dan sikap (X_2) memberikan pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) produk Honda tipe sport di PT Daya Anugrah Mandiri Bandung dengan total pengaruh sebesar 54,7%,

sedangkan sisanya sebesar 45,3% merupakan pengaruh variabel lain yang tidak diteliti.

5. Secara parsial terdapat pengaruh yang signifikan antara motivasi konsumen (X_1) terhadap keputusan pembelian (Y) produk Honda tipe sport di PT Daya Anugrah Mandiri Bandung, dengan pengaruh sebesar 17,5%.
6. Secara parsial terdapat pengaruh yang signifikan antara sikap konsumen (X_2) terhadap keputusan pembelian (Y) produk Honda tipe sport di PT Daya Anugrah Mandiri Bandung, dengan pengaruh sebesar 37,2%.

5.2 Saran

Dari hasil penelitian dan pembahasan terhadap pokok permasalahan, penulis mengajukan beberapa saran kepada pihak PT Daya Anugrah Mandiri Bandung yang dapat digunakan sebagai bahan masukan dan pertimbangan bagi perusahaan . Adapun saran–saran penulis yang diajukan antara lain :

1. Perusahaan sebaiknya memperkenalkan produk dengan jelas dan ramah kepada konsumen sehingga konsumen termotivasi untuk membeli produk yang ditawarkan di PT Daya Anugrah Mandiri Bandung.
2. Untuk menawarkan produk sebaiknya perusahaan memperhatikan media yang dipakai baik media cetak maupun media elektronik agar pesan produk dapat tersampaikan dengan baik kepada konsumen. Sehingga konsumen akan sering melihat dan mendengar produk Honda tipe sport dan membuat sikap konsumen terhadap produk tersebut semakin baik.

3. Keputusan pembelian pada konsumen di PT Daya Anugrah Mandiri Bandung sudah dinilai cukup baik, namun alangkah baiknya diperhatikan pada perilaku konsumen yang sering membeli karena kesenangannya akan suatu produk dengan inovasi baru yang ditawarkan dapat merangsang konsumen dalam melakukan pembelian. Misalnya menambahkan pilihan warna dan desain yang menarik pada produk Honda tipe sport.
4. Bagi penelitian selanjutnya, peneliti mengharapkan meneliti tentang variabel bebas lain yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen seperti harga, kualitas produk, dan promosi.