BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Masalah yang menjadi dasar penelitian ini adalah adanya penurunan penjualan sepeda motor Yamaha dalam kurun waktu 2010-2012. Penurunan penjualan ini menunjukkan adanya penurunan keputusan pembelian konsumen pada produk sepeda motor Yamaha. Bahkan rentang penguasaan pasar sepeda motor Yamaha dengan pesaingnya. Penurunan penjualan sepeda motor Yamaha yang secara bertahap ini dapat meruntuhkan dominasi Yamaha sebagai market leader. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh motivasi konsumen, persepsi kualitas, dan sikap konsumen terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha. Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dilakukan, maka

1. motivasi konsumen memiliki pengaruh paling besar terhadap keputusan pembelian oleh konsumen diantara variabel bebas lainnnya yang diteliti Hipotesis pertama yang menyatakan bahwa motivasi konsumen berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha Di Banjaran Bandung terbukti kebenarannya. Hal ini berarti motivasi konsumen merupakan salah satu faktor yang dapat mendorong konsumen untuk melakukan pembelian produk sepeda motor Yamaha. Pengaruh positif ini nampak pada sebagian besar pernyataan konsumen sepeda motor Yamaha

2. yang menyatakan bahwa motor Yamaha tidak cepat rusak atau awet, bahan bakar irit,kualitas suku cadangnya terjamin, dan purna jualnya tinggi.
3. Persepsi kualitas berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha di Banjaran Bandung terbukti kebenarannya. Hal ini berarti persepsi kualitas merupakan salah satu faktor yang dapat mendorong konsumen untuk melakukan pembelian produk sepeda motor Yamaha. Konsumen percaya bahwa berdasarkan evaluasi mereka terhadap kualitas akan dapat membantu dalam mempertimbangkan produk mana yang akan mereka beli. Pengaruh positif ini nampak pada sebagian besar pernyataan konsumen sepeda motor Yamaha yang menyatakan bahwa mereka memilih untuk membeli sepeda motor Yamaha karena merurut mereka Yamaha memiliki kualitas yang unggul baik dari segi model, desain, mesin, dan suku cadang.
4. Bahwa sikap konsumen terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha di Banjaran Bandung berpengaruh. Hal ini berarti sikap konsumen merupakan salah satu faktor yang dapat mendorong konsumen untuk melakukan pembelian produk sepeda motor Yamaha. Pengaruh positif ini nampak pada sebagian besar pernyataan konsumen sepeda motor Yamaha yang menyatakan bahwa model dan varian sepeda motor Yamaha hampir semuanya dapat diterima dengan baik oleh masyarakat, warna dan striping yang sesuai dengan selera konsumen.
5. Secara simultan Motivasi konsumen dan Persepsi kualitas berpengaruh signifikan terhadap Sikap konsumen dalam membeli sepeda motor Yamaha di Yamaha indra motor ban jaran Bandung. Secara simultan Motivasi konsumen

dan Persepsi kualitas memberikan kontribusi/pengaruh terhadap Sikap konsumen. Diantara kedua variabel independen, Motivasi konsumen memberikan pengaruh yang lebih besar terhadap Sikap Konsumen dalam membeli disbanding ekuitas merek.

5.2.Saran

Saran yang dapat dijadikan masukan dari penulis kepada pihak Yamaha Indra Motor Terutama Perusahaan Yamaha Indonesia yaitu:

1. Meskipun tanggapan konsumen akan Motivasi konsumen produk Yamaha cukup tinggi, tetapi akan lebih baik apabila Persepsi kualitas ditingkatkan lagi dari segi pentingnya kesadaran merek produk Yamaha tersebut, meningkatkan Persepsi kualitas produknya, membangun kualitasnya dan asosiasi mereknya, karena konsumen menilai sebuah produk yang memiliki kekuatan merek yang tinggi agar menciptakan loyalitas terhadap produk Yamaha dengan melakukan promo-promo, sepeti Kredit murah.
2. Tanggapan konsumen atas Persepsi kualitas Terhadap sikap konsumen, namun lebih diperhatikan pada atribut produknya yang dimiliki oleh Yamaha dimana cukup banyak atribut-atribut produk yang dimiliki Yamaha tidak menarik hati konsumen, pihak Yamaha harus lebih ditingkatkan lagi dari segi pengatributan produknya sehingga dapat menarik hati konsumen, seperti membuat desain sesuai *trend* model yang diingini oleh pasar.
3. Secara umum Sikap konsumen Yamaha sudah cukup tinggi, dari segi Parian produknya dibandingkan Kendaraan lain namun ditingkatkan lagi dari segi Model atau perubahan bodi yang menarik konsumen untuk ingin memiliki.

4. Yamaha sebaiknya lebih membangun kekuatan kualitas yang lebih tinggi baik dalam membangun Persepsi kualitas yang baik dan meningkatkan Pelayanan atau penempatan produknya dalam hal ini keyakinan konsumen akan merek produk Yamaha dan Keunggulan produk yang dimiliki produk Yamaha tersebut, karena berpengaruh tinggi terhadap Sikap konsumen.