

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan landasan teori dan disertai dengan hasil penelitian yang telah dibahas pada bab sebelumnya dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa variabel harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian sepeda motor honda beat pada dealer motor dinamika kupang.
2. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa variabel promosi memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap keputusan pembelian sepeda motor honda beat pada dealer motor dinamika kupang.

5.2. Implikasi Teoritis

Implikasi teoritis dalam penelitian ini adalah:

- a. Harga adalah jumlah uang yang dibutuhkan untuk memperoleh beberapa kombinasi sebuah produk dan pelayanan yang menyertai. Harga merupakan variabel yang dapat dikendalikan dan menentukan diterima atau tidaknya suatu produk oleh konsumen (Hariadi,2012)
- b. Promosi merupakan salah satu faktor penentu keberhasilan suatu program pemasaran. Betapa berkualitasnya suatu produk, bila konsumen belum pernah mendengarnya dan tidak akan pernah membelinya (Hariadi,2012).

5.3. Implikasi Terapan

Berdasarkan kesimpulan yang telah dikembangkan pada sub bagian pertama dalam penelitian ini, peneliti dapat mengemukakan beberapa hal penting sebagai berikut:

1. Keputusan Pembelian

Dilihat dari keputusan pembelian (Y) nilai indeks terendah terdapat pada indikator Saya akan membeli kembali motor honda beat di masa mendatang 78,34. Hal ini menunjukkan bahwa keinginan konsumen untuk melakukan pembelian ulang terhadap motor honda beat masih relatif lebih rendah dibandingkan aspek keputusan pembelian lainnya. Oleh karena itu, perusahaan perlu mempertahankan dan meningkatkan kepuasan konsumen, serta memperhatikan harga, promosi, kualitas produk, dan pelayanan agar konsumen semakin yakin untuk melakukan pembelian kembali di masa mendatang.

2. Harga

Dilihat dari harga (XI) nilai indeks terendah terdapat pada indikator Menurut saya harga sepeda motor honda beat sesuai dengan kualitas dari produk tersebut dengan hasil 65,14. Hal ini menunjukkan bahwa masih terdapat sebagian konsumen yang menilai kesesuaian antara harga Honda Beat dengan kualitas produk belum sepenuhnya belum memenuhi harapan mereka. Oleh karena itu, pihak perusahaan perlu terus meningkatkan kualitas produk serta memberikan nilai tambah sehingga konsumen merasa

bahwa harga yang ditawarkan benar-benar sesuai dengan kualitas yang di terima.

3. Promosi

Dilihat dari promosi (X2) nilai indeks terendah terdapat pada indikator Iklan produk sepeda motor honda beat melalui internet menimbulkan kesan yang baik terhadap produk sepeda motor honda beat dengan hasil 85,4. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun responden memberikan penilaian yang cukup baik terhadap iklan honda beat melalui internet, masih terdapat sebagian konsumen yang merasa bahwa iklan tersebut belum sepenuhnya memberikan kesan yang kuat dan positif terhadap produk. Oleh karena itu, perusahaan perlu meningkatkan kualitas promosi melalui media internet dengan menyajikan iklan yang lebih menarik, informatif ,dan sesuai dengan kebutuhan konsumen.