

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dipaparkan pada bab sebelumnya, maka hasil penelitian ini dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Secara parsial variabel kualitas produk (X_1) tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian kendaraan bermotor honda scoopy di kota madiun. Hal ini menunjukkan bahwa aspek kualitas produk tidak menjadi bahan pertimbangan konsumen dalam melaukan keputusan pembelian kendaraan bermotor honda scooopy di kota madiun, sehingga hipotesis ditolak
2. Secara parsial variabel promosi (X_2) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian kendaraan bermotor honda scoopy di kota madiun. Hal ini menunjukkan bahwa aspek promosi menjadi bahan pertimbangan konsumen dalam melakukan keputusan pembelian kendaraan bermotor honda scooopy di kota madiun, sehingga hipotesis diterima.
3. Secara parsial variabel desain (X_3) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian kendaraan bermotor honda scoopy di kota madiun. Hal ini menunjukkan bahwa aspek desain menjadi bahan pertimbangan konsumen dalam melaukan keputusan pembelian

kendaraan bermotor honda scoopy di kota madiun, sehingga hipotesis diterima

4. Secara simultan variabel kualitas produk (X_1) promosi (X_2) dan desain (X_3) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian kendaraan bermotor honda scoopy di kota madiun. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas produk, promosi dan desain menjadi bahan pertimbangan konsumen dalam melakukan keputusan pembelian kendaraan bermotor honda scoopy di kota madiun, sehingga hipotesis diterima

B. Implikasi

Berdasarkan hasil kesimpulan diatas maka memberikan beberapa implikasi yaitu

1. PT Astra Honda Motor harus memperhatikan pentingnya kinerja produk dari sepeda motor honda sesuai dengan fungsi yang diharapkan konsumen
2. PT Astra Honda Motor harus terus berkomitmen untuk meningkatkan promosi penjualan honda scoopy dengan semaksimal mungkin.
3. PT Astra Honda Motor harus dapat meningkatkan bagaimana konsumen dengan membeli sepeda motor honda, mampu membuat konsumen merasa berkelas.

C. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan mengenai pengaruh kualitas produk, promosi dan desain terhadap keputusan pembelian

kendaraan bermotor honda scoopy maka dapat diajukan saran sebagai berikut :

1. Bagi Perusahaan

1. Perusahaan harus tetap dan selalu mempertahankan kinerja dan kualitas produk dengan melakukan inovasi terus menerus untuk memenuhi keinginan konsumen yang selalu berubah dari waktu ke waktu dan juga untuk mempertahankan ekisstensi perusahaan yang pesaing dalam bisnis yang semakin meningkat khususnya sepeda motor matic.
2. PT Astra Honda Motor harus terus meningkatkan promosi bisa melalui penggunaan influencer otomotif untuk memperluas jangkauan promosi di berbagai pratflom media sosial.
3. Perusahaan harus bisa mempertahankan desain yang *stylish* dan elegan yang menjadi ciri khas dari honda scoopy.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

1. Untuk peneliti selanjutnya dapat mengembangkan penelitian dengan metode lainnya. Dan juga mengembangkan variabel kualitas produk yang mana pada penelitian ini tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian
2. Penelitian ini hanya terbatas pada variabel kualitas produk, promosi dan desain. Oleh karena itu, penulis menyarankan agar menambah variabel lain seperti pengalaman merek, citra merek, e-wom dan lain-lain, agar mendapatkan hasil yang lebih baik