

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Dari pengujian analisis data dan pengujian hipotesis yang telah peneliti lakukan, maka kesimpulan yang bisa diambil dari penelitian ini adalah :

1. Iklan berpengaruh terhadap Keputusan pembelian sepeda motor Yamaha Vixion di Bandar Lampung.
2. Inovasi Produk berpengaruh terhadap Keputusan pembelian sepeda motor Yamaha Vixion di Bandar Lampung.
3. Iklan dan Inovasi Produk berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian sepeda motor Yamaha Vixion di Bandar Lampung.

5.2 Saran

Berdasarkan pembahasan dan kesimpulan yang telah ada, maka saran yang dapat diberikan oleh peneliti kepada perusahaan sepeda motor Yamaha adalah sebagai berikut:

1. Berdasarkan jawaban responden pada variabel Iklan, dapat dilihat bahwa responden menjawab jawaban sangat setuju paling banyak direspon pada pernyataan 7 yaitu “Iklan Yamaha Vixion menarik konsumen karena unik” dengan frekuensi sebanyak 16,7%, dengan kata lain Yamaha harus tetap mempertahankan strateginya dengan cara menghadirkan iklan Yamaha Vixion yang unik dan berbeda dari pesaingnya.

Pada pernyataan 2 variabel Iklan yaitu “Iklan Yamaha menginformasikan spesifikasi yang dimiliki Vixion” memiliki jawaban netral terbesar yaitu 56 orang 58,3%. Artinya konsumen masih menganggap iklan Yamaha Vixion masih kurang memberikan informasi tentang produknya, diharapkan ke depannya Yamaha dapat

membuat iklan dengan memberikan informasi tentang produknya dengan jelas.

2. Berdasarkan jawaban responden pada variabel Inovasi Produk, responden menjawab sangat setuju paling banyak pada pernyataan 4 yaitu “Yamaha Vixion memiliki kualitas produk yang baik” dengan jawaban sangat setuju sebanyak 21,9%. Hal ini berarti Yamaha telah membuat produk sesuai dengan keinginan konsumen yaitu produk yang terjangkau namun berkualitas. Pada pernyataan 1 yaitu “Yamaha Vixion memiliki desain yang unik serta berbeda dengan pesaing” responden menjawab netral paling banyak diantara pernyataan lainnya yaitu sebanyak 36,7% hal ini diduga karena saat ini Yamaha Vixion memiliki desain yang hampir sama dengan pesaingnya, baik dari segi tampilan lampu, panel indikator, desain *body*, tenaga yang dihasilkan dan masih banyak lagi. Diharapkan kedepannya Yamaha lebih berani *out of the box* dalam mendesain Yamaha Vixion terbarunya agar konsumen tidak bosan dengan desain yang itu-itu saja serta diharapkan akan mendongkrak penjualan Yamaha Vixion.
3. Untuk penelitian selanjutnya diharapkan untuk menambah variabel independen lainnya selain Iklan dan Inovasi Produk yang mempengaruhi variabel dependen yaitu keputusan pembelian agar penelitian selanjutnya lebih melengkapi penelitian ini sendiri karena tentunya masih ada variabel-variabel independen lain yang mungkin dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen terhadap produk sepeda motor Yamaha Vixion di Bandar Lampung.