

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian seperti yang telah diuraikan pada bab sebelumnya dapat ditarik beberapa kesimpulan yaitu :

1. Berdasarkan karakteristik konsumen yang menggunakan sepeda motor Yamaha Mio di Kabupaten Sleman sebagian besar konsumen adalah wanita yaitu sebesar 81 persen, dan masih didominasi oleh kalangan pelajar dan mahasiswa yaitu sebesar 75%. Hal ini berarti target pasar sasaran pada produk sepeda motor Yamaha Mio telah mengenai yaitu segmen wanita dan kalangan usia muda, terbukti dengan profil konsumen adalah pelajar dan mahasiswa. Dengan demikian image produk ini lebih cocok untuk kalangan wanita, juga telah terbukti dengan mayoritas pemakai sepeda motor ini adalah wanita.
2. Berdasarkan Analisis Deskriptif terhadap motivasi konsumen dapat disimpulkan bahwa :
 - a. Motivasi konsumen terhadap variabel yang melekat pada produk sepeda motor Yamaha Mio adalah tinggi. Hal ini dibuktikan dengan rata-rata motivasi sebesar 4,07 yaitu termasuk dalam kriteria motivasi tinggi.
 - b. Sedangkan variabel yang memberikan motivasi tertinggi adalah variabel kemudahan suku cadang, dengan rata-rata sebesar 4,24 (sangat tinggi). Selanjutnya secara berurutan diikuti oleh variabel bukan murahan dengan rata-rata motivasi sebesar 4,15 (kategori tinggi), variabel keamanan

dengan persepsi sebesar 4,04 (**kategori tinggi**), variabel ramah lingkungan dengan rata-rata motivasi sebesar 4,03 (**kategori tinggi**), variabel model dengan rata-rata persepsi sebesar 3,99 (**kategori tinggi**), dan motivasi terendah terjadi pada variabel desain dengan rata-rata persepsi 3,98 (**kategori tinggi**)

5.2.Saran

Dari hasil analisis dan kesimpulan diatas, maka penulis mencoba memberikan saran yang dapat dipergunakan sebagai masukan dan pertimbangan bagi sepeda motor Yamaha Mio di Kabupaten Sleman dalam mengelola dan menjalankan kebijakan pemasarannya.

- a. Pihak manajemen Pemasar Yamaha Mio harus memperhatikan atribut suku cadang yang dominan memberikan motivasi dalam melakukan pembelian Yamaha Mio, misalnya dengan memperlancar distribusi suku cadang, tidak hanya pada dealer resmi Yamaha saja tetapi dilakukan juga distribusi suku cadang ini pada bengkel-bengkel umum yang telah direkomendasikan oleh Yamaha.
- b. Sebaiknya pihak perusahaan meningkatkan inovasinya terutama dalam hal desain sepeda motor Mio yang merupakan motivasi terendah konsumen dalam melakukan pembelian produk Yamaha Mio. Untuk itu peningkatan desain tidak hanya di desain untuk kalangan / segmen tertentu saja (wanita) tetapi mampu menciptakan produk yang dapat diterima oleh kalangan pria atau wanita. Hal ini penting mengingat banyaknya produk pesaing yang desainnya jauh lebih menarik, sehingga konsumen yang selama ini telah percaya terhadap keberadaan Yamaha Mio dapat dipertahankan, agar tidak pindah

pada produk pesaing. Selanjutnya untuk meningkatkan pemasarannya pada segmen konsumen yang memiliki pekerjaan (Swasta, negeri dan lain sebagainya) sebaiknya pihak manajemen harus mampu meningkatkan variasi produk, tipe dan model sehingga konsumen dapat memilih tipe dan model yang sesuai dengan selera mereka.

