

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

1. Berdasarkan analisis diskriptif maka dapat disimpulkan:
 - a. Produk yang ditawarkan dealer Tugu Sekawan – AHASS 1820 adalah bermutu dan berkualitas tinggi. Hal ini dapat dilihat dari hasil kuesioner yang telah didapat bahwa produk Honda mempunyai kualitas, desain, merk yang menarik dibandingkan dengan produk sepeda motor lain.
 - b. Harga yang ditawarkan Dealer Tugu Sekawan – AHASS 1820 sama atau tidak jauh beda dari dealer Honda lainnya. Sebanding dengan kualitas yang ditawarkan oleh Dealer Tugu Sekawan – AHASS 1820.
 - c. Promosi yang dilakukan oleh Dealer Tugu Sekawan – AHASS 1820 cukup menarik dan mudah diingat oleh konsumen.
 - d. Distribusi yang dilakukan oleh Dealer Tugu Sekawan – AHASS 1820 adalah dengan mudahnya lokasi dealer dijangkau oleh konsumen.
2. Berdasarkan analisis statika dapat disimpulkan bahwa persamaan analisis regresi adalah $Y = 0,498 + 0,237X_1 + 0,421X_2 + 0,201X_3 + 0,132 X_4$. Dari persamaan ini maka dapat diketahui bahwa variable harga (X_2) memberikan kontribusi yang lebih besar daripada variable produk (X_1) 0,237, promosi (X_3) 0,201, distribusi (X_4) 0,132 terhadap variable keputusan beli konsumen
3. Secara parsial produk (X_1), Harga (X_2), Promosi (X_3) dan distribusi (X_4) mempunyai korelasi positif dan berpengaruh signifikan terhadap

variabel keputusan beli konsumen Dealer Tugu Sekawan--AHASS 1820 di Kudus. Hal ini dibuktikan dengan nilai F_{hitung} produk (3,776), harga (5,905), promosi (3,309), distribusi (2,354) yang lebih besar dari tabel (F_{tabel} (1,9853)

4. Koefisien determinasi untuk variabel produk (X_1), harga (X_2), promosi (X_3), dan distribusi (X_4) berpengaruh 59,3% terhadap keputusan beli sepeda motor Honda di dealer Tugu Sekawan – AHASS 1820, sedangkan sisanya 40,7% dipengaruhi oleh variabel lain selain variabel yang digunakan dalam penelitian.
5. Secara simultan variabel marketing mix yang terdiri dari Produk (X_1), harga (X_2), promosi (X_3), dan distribusi (X_4) berpengaruh signifikan terhadap keputusan beli di dealer Tugu Sekawan – AHASS 1820. Hal ini dibuktikan dengan nilai F_{hitung} yang lebih besar dari F_{tabel} ($34,585 > 2,4675$).
6. Variabel yang paling dominan mempengaruhi keputusan beli sepeda motor Honda adalah variabel harga (X_2). Hal ini dibuktikan dengan nilai korelasi parsial yang paling besar (0,518) diantara variabel produk (0,361), promosi (0,321), dan distribusi (0,235)

5.2. Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah diperoleh, maka saran--saran yang dapat diberikan kepada pihak Dealer Tugu Sekawan – AHASS 1820 adalah sebagai berikut:

1. Variabel produk, hendaknya pihak Honda dapat mempertahankan atau lebih meningkatkan kualitas, sehingga kepercayaan konsumen terhadap produk Honda dapat bertahan atau lebih meningkat.
2. Dari hasil penelitian ini variabel harga merupakan variabel yang paling dominan berpengaruh terhadap keputusan beli terhadap sepeda motor Honda di Dealer Tugu Sekawan – AHASS 1820. Pihak Dealer Tugu Sekawan – Ahass 1820 hendaknya memperhatikan variabel harga. Sebaiknya pihak manajemen perusahaan khususnya Dealer Tugu Sekawan – AHASS 1820 di kudu dalam menetapkan harga sama atau tidak terlalu jauh dengan harga yang ada di dealer Honda lainnya, disamping itu untuk memudahkan konsumen memiliki sepeda motor Honda pihak dealer memberikan kredit kepada konsumen dengan bunga yang rendah.
3. Untuk variabel promosi, manajemen dealer Tugu Sekawan – Ahass 1820 lebih meningkatkan promosi dengan meningkatkan promosi yang lebih gencar baik melalui media cetak maupun elektronik serta meningkatkan sarana atau alat yang dipergunakan dalam mempromosikan produk, sehingga akan dapat menarik perhatian konsumen untuk membeli sepeda motor Honda di Dealer Tugu Sekawan.
4. Untuk variabel distribusi mempunyai nilai korelasi yang paling rendah, perlu perhatian yang lebih oleh pihak manajemen dealer Tugu Sekawan – Ahass 1820 untuk meningkatkan saluran distribusi serta memperluas jaringan pemasaran yang telah ada sebelumnya dan juga diusahakan

agar produk sepeda motor Honda selalu tersedia atau *ready stock*, sehingga konsumen bisa memilih motor, baik jenis, warna dan model yang diinginkan oleh konsumen.

