

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1. Kesimpulan

Setelah data-data yang dikumpulkan pada penelitian ini dianalisis maka berikut adalah kesimpulan dari hasil analisis data penelitian berdasarkan hasil analisis data pada bab IV maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Sikap konsumen terhadap atribut sepeda motor Yamaha Nouvo di Yogyakarta pada umumnya baik, hal ini dikarenakan konsumen beranggapan bahwa produk sepeda motor Yamaha Nouvo telah memberikan kepuasan bagi kebutuhan dan keinginannya seperti harga purna jual yang tinggi, memiliki kualitas yang baik, desain yang menarik dan tidak ketinggalan zaman, suku cadang yang mudah serta sepeda motor Yamaha Nouvo mudah pengoperasiannya. Dengan demikian hipotesis yang dikemukakan di depan bahwa sikap konsumen terhadap sepeda motor Yamaha Nouvo di Yogyakarta dalam hal harga purna jual, kualitas, desain, suku cadang dan praktis adalah baik terbukti benar.
2. Berdasarkan hasil analisis Chi Square maka dapat dinyatakan bahwa :
  - a. Terdapat perbedaan sikap konsumen terhadap atribut harga purna jual berdasarkan usia, pendapatan dan jenis pekerjaan. Sedangkan berdasarkan jenis kelamin tidak menunjukkan perbedaan yang

- signifikan sikap konsumen terhadap atribut harga purna jual pada sepeda motor Yamaha Nouvo.
- b. Tidak Terdapat perbedaan sikap konsumen terhadap atribut kualitas berdasarkan jenis kelamin, usia, pendapatan dan jenis pekerjaan. Hal ini berarti kualitas sepeda motor Yamaha Nouvo sudah dapat diterima oleh seluruh konsumen baik ditinjau dari segi jenis kelamin, usia, pendapatan dan jenis pekerjaan.
  - c. Terdapat perbedaan sikap konsumen terhadap atribut desain berdasarkan jenis kelamin. Sedangkan berdasarkan usia, pendapatan dan jenis pekerjaan tidak menunjukkan perbedaan yang signifikan sikap konsumen terhadap atribut desain pada sepeda motor Yamaha Nouvo.
  - d. Terdapat perbedaan sikap konsumen terhadap atribut suku cadang berdasarkan pendapatan. Sedangkan berdasarkan jenis kelamin, usia dan jenis pekerjaan tidak menunjukkan perbedaan yang signifikan sikap konsumen terhadap atribut suku cadang pada sepeda motor Yamaha Nouvo.
  - e. Terdapat perbedaan sikap konsumen terhadap atribut praktis berdasarkan jenis kelamin, pendapatan dan jenis pekerjaan. Sedangkan berdasarkan usia tidak menunjukkan perbedaan yang signifikan sikap konsumen terhadap atribut desain pada sepeda motor Yamaha Nouvo.

## 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 Nouvo di Yogyakarta dalam mengelola dan menjalankan kebijakan pemasarannya.

1. Strategi pemasaran yang sebaiknya dilakukan oleh pihak Yamaha Nouvo adalah menerapkan Formulasi strategi pengembangan pasar (*market development*) baik diterapkan formulasi ini menitikberatkan pada memperkenalkan produk yang sudah ada ke daerah pemasaran baru (pangsa pasar tambahan) dengan selalu meningkatkan kualitas, desain, dan menetapkan harga yang kompetitif.
2. Sebaiknya pihak perusahaan meningkatkan inovasinya terutama dalam hal desain sepeda motor Novo yang tidak hanya di desain untuk kalangan / segmen tertentu saja (wanita) tetapi mampu menciptakan produk yang dapat diterima oleh kalangan laki-laki atau perempuan. Hal ini karena terbukti masih adanya perbedaan sikap dalam hal desain antara segmen pria dan wanita. Selanjutnya untuk meningkatkan pemasarannya pada segmen yang berpendapatan rendah, sebaiknya perusahaan dapat memberikan tawaran yang menarik terhadap harga suku cadang yang kompetitif, mudah didapat dan berkualitas. Dan terakhir praktis ketika produk tersebut digunakan baik bagi mahasiswa, pegawai negeri, wiraswasta dan TNI/POLRI.

3. Untuk peneliti selanjutnya sebaiknya melakukan penelitian terhadap produk yang sama dengan menambahkan atribut-atribut yang belum diungkap dalam penelitian ini seperti keiritan bahan bakar, kenyamanan, sistem pembayaran, distribusi dan promosi.

