

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengujian dengan menggunakan analisis PLS untuk menguji pengaruh variabel-variabel bauran pemasaran yang terdiri dari produk, harga, tempat/ distribusi dan promosi terhadap minat beli sepeda motor Yamaha Mio di Kota Gresik, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Produk Yamaha Mio yang berkualitas dapat meningkatkan minat beli konsumen. Ini berarti semakin baik kualitas sepeda motor Yamaha Mio dimata konsumen maka minat beli konsumen terhadap produk tersebut akan semakin meningkat.
2. Harga yang baik dari produk sepeda motor Yamaha Mio dapat meningkatkan minat beli konsumen terhadap produk. Ini berarti semakin baik persepsi konsumen terhadap harga yang ditetapkan pada produk sepeda motor Yamaha Mio maka dapat meningkatkan minat beli konsumen.
3. Penempatan Lokasi penjualan yang tepat dapat meningkatkan minat beli konsumen. Ini berarti semakin merata Lokasi penjualan sepeda motor Yamaha Mio dapat meningkatkan minat beli konsumen terhadap produk.
4. Promosi yang efektif dapat meningkatkan minat beli konsumen. Artinya penggunaan media promosi produk Yamaha Mio yang tepat dapat meningkatkan minat beli konsumen.

5.2 Saran

Sebagai implikasi dari hasil penelitian ini dapat dikemukakan beberapa saran yang dapat dipertimbangkan atau dimanfaatkan sebagai bahan dalam pengambilan keputusan, antara lain pihak manajemen perusahaan harus memperhatikan beberapa hal sebagai berikut:

1. Dalam hal perbaikan kualitas produk, manajemen sebaiknya dapat mempertimbangkan untuk berinovasi dalam hal garansi produk. Misalnya yang selama ini hanya menawarkan garansi mesin, bisa ditambahkan dengan member garansi pada komponen-komponen motor yang lainnya seperti pada fitur elektrik, body dan lain-lain. Pada aspek harga, konsumen cenderung lebih tertarik untuk melakukan pembelian jika terdapat potongan harga khusus, sehingga perusahaan dapat melakukan penawaran pada moment-moment tertentu seperti menjelang hari raya, akhir tahun, pada pameran otomotif dan lain-lain. Untuk hal tempat/ atau distribusi factor Lokasi menjadi bisa menjadi factor yang dapat meningkatkan minat beli konsumen. Jauh dekatnya konsumen untuk mendapatkan produk menjadi hal yang harus diperhatikan oleh manajemen dalam mempertimbangkan pembukaan dealer-dealer yang tidak hanya fokus diperkotaan saja. Dan terakhir untuk kegiatan promosi, penggunaan periklanan melalui media social saat ini dapat menjadi alternatif untuk melakukan promosi dengan Tujuan pengenalan maupun relationship dengan konsumen. Apabila strategi bauran pemasaran berjalan dengan baik maka minat beli konsumen dapat ditingkatkan.
2. Dari keempat aspek bauran pemasaran yang terdiri dari produk, harga, tempat/ distribusi dan promosi. Harga merupakan aspek yang paling dominan dengan, oleh sebab itu manajemen perusahaan harus dapat memperhatikan aspek penentuan harga pada produk sepeda motor Yamaha Mio. Ketika harga sesuai

dengan kualitas, harga produk dibawah produk competitor, harga sesuai dengan manfaat maka konsumen akan tertarik dan berminat untuk segera melakukan pembelian terhadap produk tersebut.