

BAB V

PENUTUP

5.1. Simpulan

Berdasarkan hasil analisis, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh positif dan signifikan secara parsial dari bauran produk terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha Mio. Semakin baik bauran produk yang dipersepsikan oleh pelanggan maka keputusan pembelian juga akan semakin meningkat.
2. Terdapat pengaruh negatif dan signifikan secara parsial dari bauran harga terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha Mio. Semakin tinggi harga yang ditawarkan kepada konsumen maka tingkat keputusan pembelian akan semakin sedikit.
3. Terdapat pengaruh negatif dan tidak signifikan secara parsial dari bauran promosi terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha Mio. Semakin kurang menariknya promosi dilakukan maka akan menurunkan keputusan pembelian.
4. Terdapat pengaruh positif dan signifikan secara parsial dari bauran distribusi terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha Mio. Semakin baik bauran distribusi yang diberikan kepada pelanggan maka keputusan pembelian juga akan semakin meningkat.
5. Terdapat pengaruh positif dan signifikan secara simultan dari Marketing mix terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha Mio pada PT. Hasjrat Abadi divisi Yamaha Cabang Gorontalo

6. Marketing mix secara efektif dan efisien mempunyai hubungan yang nyata terhadap keputusan pembelian konsumen. Hal ini dinyatakan dengan persamaan regresi.

5.2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan dan simpulan pada akhirnya peneliti merekomendasikan beberapa hal yang perlu dicermati pihak yang terkait dengan penelitian ini antara lain:

1. Bagi PT. Hasjrat Abadi divisi Yamaha Cabang Gorontalo yang melaksanakan strategi dalam rangka meningkatkan keputusan pembelian konsumen melalui strategi *marketing mix* diharapkan terus meningkatkan strategi *marketing mix* tersebut dengan memperbaiki beberapa kekurangan antara lain: mengenai transportasi penunjang yang dapat mengantarkan sepeda motor yang telah dibeli konsumen sampai ke rumah konsumen.
2. Bagi perusahaan yang sejenis dapat mengadopsi strategi ini dalam rangka peningkatan volume penjualan yang dimulai dari minat beli konsumen sendiri demi kemajuan bersama dan mendukung kemajuan daerah.
3. Diharapkan peneliti selanjutnya dapat mengembangkan hasil penelitian ini dengan menambahkan beberapa variabel yang lain.