

BAB V PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan maka dapat diambil beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Variabel yang berpengaruh dominan terhadap keputusan pelanggan membeli motor Yamaha secara berturut-turut adalah anggapan bahwa motor Yamaha dapat meningkatkan status sosial, pengaruh dari teman, jarak dealer, ketahanan mesin serta sikap komunikatif dalam mempromosikan produk.
2. Dari 36 variabel yang diamati dalam penelitian ini, dapat direduksi menjadi delapan faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli motor Yamaha. Delapan faktor yang terbentuk tersebut mampu menjelaskan 65,28% varians dari 36 faktor yang ada.
3. Faktor-faktor yang menentukan keputusan pelanggan untuk membeli sepeda motor Yamaha secara berturut-turt adalah pertimbangan internal dan persepsi dari konsumen itu sendiri, kualitas produk motor Yamaha dan tingkat harga yang ditawarkan, keaktifan promosi, desain serta fitur yang dimiliki, citra merk yang dimiliki, strategi harga, lokasi dealer, serta pelayanan purna jual

5.2. Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas maka penulis memberikan saran sebagai berikut :

1. Untuk meningkatkan penjualan motor Yamaha maka sebaiknya pihak dealer lebih intens dalam melakukan promosi kepada calon pembeli baik secara langsung maupun melalui event-event atau pameran.
2. Materi promosi menekankan pada keunggulan fitur yang dimiliki oleh motor Yamaha agar lebih menarik minat beli konsumen
3. Untuk penelitian selanjutnya sebaiknya menambahkan variabel-variabel lain yang dapat mempengaruhi keputusan pelanggan dalam membeli sepeda motor Yamaha.

DAFTAR PUSTAKA

- Assauri, Sofyan. 2000. *Manajemen Pemasaran Dasar Konsep dan Strategi*. Jakarta: Penerbit Rajawali
- Eagle, James F, Roger D. Blackwell dan Paul W Miniard. 2002. *Perilaku Konsumen*. Edisi Keenam. Jilid I. Jakarta: Penerbit Binarupa Aksara
- Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Hasan, Ali. 2008. *Marketing*. cetakan pertama. Yogyakarta: MedPress
- Hasan, M. Iqbal. 2002. *Pokok-pokok Materi Metodologi Penelitian dan Aplikasinya*. Bogor: Ghalia Indonesia
- Kotler, Philip. 2003. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2007. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Kedua Belas. dialihbahasakan oleh Benjamin Molan. Jakarta: PT Indeks.
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. 2008. *Manajemen Pemasaran*. edisi ketiga belas. jilid dua. Jakarta: Erlangga
- Machfoed, M. .2005. *Perilaku Konsumen*. Jilid 1. Yogyakarta: Penerbit Akademi Manajemen Perusahaan.
- Marwanto, Jhoni. 2009. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Dalam Pembelian Sepeda Motor Merk Suzuki Pada CV. Cempaka Mandiri Pangkalan Kerinci. *Skripsi*: Universitas Islam Riau Pekanbaru
- Nurchahyo. 2010. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Konsumen Dalam Membeli Sepeda Motor Merk Honda (Studi Kasus Konsumen Sepeda Motor Merk Honda Di Kecamatan Ciputat Timur Kota Tangerang Selatan). *Skripsi*: UIN Syarif Hidayatullah
- Sekaran, Uma. 2003. *Research Methods For Business: A Skill Building Approach*. New York-USA: John Wiley and Sons, Inc

- Simamora, Bilson. 2008. *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. cetakan ketiga. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Swastha, DH., & Handoko, H. 2000. *Manajemen Pemasaran: Analisa Perilaku Konsumen*. Edisi I. Yogyakarta: BPFE
- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. 2012. *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta
- Sumarwan, Ujang. 2004. *Perilaku Konsumen*. Bogor: Ghalia Indonesia
- Trimantoro, Guruh. 2007. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Dalam Membeli Mobil Toyota Avanza Di Kota Semarang. *Jurnal: Universitas Dian Nuswantoro*
- Usmara, Usi. 2008. *Pemikiran Kreatif Pemasaran*. cetakan pertama. Jakarta: Amara Books,
- Wijayanto, Dian. 2012. *Pengantar Manajemen*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Zaky, Ahmad. 2011. Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Konsumen Dalam Pembelian Sepeda Motor Honda Tipe Supra X 125 (Studi Kasus Pada Pelanggan PT. Pratama Karunia Kasih Surakarta). *Skripsi: Universitas Sebelas Maret*
- Prasetyani, Irna Windu, Handoyo Djoko Waluyo, dan Agung Budiarmo. 2014. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Sepeda Motor Honda Beat Di PT. Nusantara Sakti Semarang. *Jurnal: Universitas Diponegoro*
- Mahmud dan Alfianto, Eko Agus. 2014. Pengaruh Desain Produk Dan Layanan Purna Jual Terhadap Keputusan Konsumen Membeli Sepeda Motor Yamaha Merek New V-IXION FI (Full Injection) (Studi Pada Konsumen Sepeda Motor Yamaha Merek NEW V-IXION FI (Full Injection) di Adiguna Sakti Motor Pandaan). *Jurnal Sketsa Bisnis Vol.1 Agustus 2014*

- Jariah, Ainun. 2012. Analisis Faktor-Faktor Pribadi Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha Di Lumajang. *Jurnal: STIE Widya Gama Lumajang*
- Handrijaningsih, Lies, Christera Kuswahyu Indira, dan Anisah. 2013. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Konsumen Dalam Memilih Motor Merk Honda (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Gunadarma). *Jurnal: Universitas Gunadarma*
- Putra, Guntur Adhi. 2014. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepercayaan Konsumen Dalam Pengambilan Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis UMS). *Jurnal: Universitas Muhammadiyah Surakarta*