BAB V
PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan data yang didapatkan dan pengujian yang telah dilakukan terhadap permasalahan, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Kualitas produk tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian dalam membeli sepeda motor Yamaha.
2. Pamasaran tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan kepada konsumen sepeda motor Yamaha.
3. Kualitas Produk dan Pemasaran tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian kepada konsumen sepeda motor Yamaha.

5.2 Saran

Meskipun peneliti telah menyusun penelitian dengan sebaik- baiknya tetapi masih saja banyak kekurangan dalam penelitian ini dengan segala keterbatasannya. Berikut adalah berbagai saran yang diajukan oleh peneliti berdasarkan hasil penelitian :

1. Bagi Perusahaan dealer permata motor group

a. Berdasarkan hasil penelitian dapat diketahui bahwasannya kualitas produk mempunyai pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian kepada konsumen sepeda motor Yamaha, hal ini mampu dijelaskan dalam penelitian yang menyebarkan kuesioner langsung kepada para konsumen sepeda motor Yamaha. Namun perusahaan tetap harus komitmen menjaga kualitas baik dari segi pegawai, dan pelayanan- pelayanan yang diberikan langsung kepada para pelanggan. Pada hasil penelitian juga diperoleh marketing kurang tanggap dalam pelayanannya, serta ruang tunggu yang masih kurang nyaman. Karena pada butir pernyataan tersebut terdapat beberapa responden yang ragu-ragu atau kurang setuju dengan kualitas produk dan pemasaran tersebut. Maka pihak dealer agar lebih memperbaiki lagi dan memberikan arahan kepada para seluruh marketing yang bekerja di dealer, dengan cara memberikan pelatihan-pelatihan kepada para karyawan dan memonitor langsung terhadap kinerja karyawan dan serta memberikan ruang tunggu yang lebih bersih dan terawat agar pelanggan merasa nyaman.

b. Berdasarkan hasil penelitian dapat diketahui Pemasaran juga

berpengaruh terhadap kepuasan pembeli sepeda motor Yamaha. Hal ini juga dijelaskan dalam penelitian yang menyebarkan kuesioner langsung kepada para pengguna sepeda motor Yamaha. Oleh karena itu, perusahaan tetap harus menjaga kestabilan kualitas pemasaran agar menarik perhatian kepada para konsumen sepeda motor Yamaha.

2. Untuk peneliti selanjutnya

a. Diharapkan penelitian berikutnya tidak sebatas variabel kualitas

Produk dan pemasaran tetapi juga menambahkan variabel lain pada penelitian selanjutnya.