

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

1. Berdasarkan hasil analisis kuantitatif dengan menggunakan metode regresi linier berganda, maka besarnya pengaruh persepsi konsumen pada pembelian sepeda motor *Yamaha New Vega-R* terhadap minat beli adalah sebagai berikut; X_1 (*Features*) memiliki pengaruh terhadap minat beli (Y) sebesar = 0,351 atau (35,1 %). X_4 (*Reliability*) memiliki pengaruh yang lebih besar daripada besarnya pengaruh *features*, yaitu sebesar = 0,444 atau (44,4%) terhadap minat beli (Y). Sedangkan X_7 (*Service & Warranty*) memiliki pengaruh paling besar yaitu sebesar = 0,506 atau (50,6%) terhadap minat beli (Y).

Setelah diluncurkannya *New Vega-R* sebagai pengganti *Vega-R* lama, terdapat kenaikan penjualan yang cukup signifikan. Jika pada tahun 2004 penjualan *Vega-R* di PT Tri Duta Motor sebesar ± 204 unit, pada tahun 2005 terdapat kenaikan penjualan sebesar 30,38% menjadi ± 266 unit. Sedangkan pada tahun 2006, setelah diluncurkannya *New Vega-R*, penjualan meningkat menjadi ± 356 unit (terjadi peningkatan penjualan sebesar 34%).

2. Berdasarkan hasil pengolahan kuesioner, dapat disimpulkan bahwa terdapat tujuh variabel produk yang diteliti penulis, antara lain; X_1 (*Features*), X_2 (*Quality*), X_3 (*Durability*), X_4 (*Reliability*), X_5

(*Repairability*), X_6 (*Style & Desain*), X_7 (*Service & Warranty*). Dari ketujuh variabel produk tersebut, dalam penelitian hanya tiga variabel yang berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli (Y) yaitu, X_1 (*Features*), X_4 (*Reliability*), X_7 (*Service & Warranty*), ditunjukkan dengan jawaban responden yang cenderung menyetujui masing-masing indikator produk tersebut. Sedangkan empat variabel lainnya, seperti : X_2 (*Quality*), X_3 (*Durability*), X_5 (*Repairability*), X_6 (*Style & Desain*) kurang berpengaruh terhadap minat beli meskipun secara keseluruhan tanggapan responden cukup baik terhadap indikator masing-masing faktor dalam produk tersebut.

Setelah mengetahui faktor-faktor dalam produk yang signifikan mempengaruhi minat beli, maka dapat diketahui bahwa para responden cenderung membuat keputusan akan membeli *Yamaha New Vega-R*, ditunjukkan dengan persentase terbesar, yaitu (40%). Persentase kedua, (21%) responden menjawab pasti membeli. Dan (21%) responden menilai masih ragu-ragu untuk membeli, tetapi tidak menutup kemungkinan untuk pada akhirnya akan membeli.

5.2 Saran

1. Produsen Yamaha sebaliknya tetap mempertahankan faktor-faktor yang terdapat dalam produk yang telah dipandang positif oleh responden, yaitu *features*, *relibaility*, dan *service & warranty*. Sedangkan untuk faktor-faktor yang terdapat dalam produk yang kurang mempengaruhi minat beli,

sebaiknya pihak produsen : Pertama, lebih menonjolkan kualitas motor “Yamaha” yang irit BBM, misalnya : dengan pengetesan BBM, pengetesan kecepatan saat melaju 0-60 km/jam. Kedua, dengan mewawancarai konsumen yang telah menggunakan motor ini dan menayangkannya di televisi, agar konsumen percaya akan *durability* (daya tahan operasional mesin motor) yang memang kuat untuk digunakan sehari-hari. Ketiga, dengan menginformasikan kepada konsumen akan *repairability* (kemudahan-kemudahan dalam hal perbaikan, misalnya : untuk mengganti busi, mengisi air accu serta menawarkan suku cadang yang sesuai harga pasar). Keempat, tetap mempertahankan *style & design* (yang lebih mengesankan *sporty*, atau dengan menambahkan desain lain, seperti : tebeng /sayap depan motor dengan bentuk yang berbeda, yang lebih berciri khas tertentu). Produsen harus mengupayakan semaksimal mungkin agar konsumen tertarik pada produk tersebut yang pada akhirnya akan menimbulkan minat beli.

2. Sebaiknya perusahaan lebih memperhatikan faktor X_7 (*Service & Warranty*) karena faktor ini memiliki pengaruh paling besar diantara yang lainnya terhadap minat beli. Oleh karena itu, pelayanan produk dan garansi seperti adanya servis gratis, mudahnya mencari tempat servis, garansi mesin dan kelistrikan perlu ditingkatkan agar konsumen merasa puas akan pelayanan purna jual tersebut. Selain itu, produsen juga harus lebih memperhatikan variabel lain yang mungkin berpengaruh pada minat beli konsumen seperti : harga yang lebih bersaing, merek yang mencerminkan

kualitas motor tersebut, dan dilihat dari banyaknya responden yang ingin mengendarai Yamaha New Vega-R, yaitu sebesar (70%), maka akanlah lebih baik jika dealer atau toko-toko Yamaha ini menyediakan motor untuk di-*test drive* oleh konsumen, sehingga dengan mencoba mengendarai, mungkin akan lebih menarik minat konsumen untuk membeli produk