

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel Promosi, Harga, dan Motivasi terhadap keputusan pembelian motor Yamaha Matic Mio di Surabaya, dan untuk mengetahui pengaruh terbesar dari ketiga variabel independen tersebut. Dari rumusan masalah penelitian yang diajukan, maka analisis data yang telah dilakukan dan pembahasan yang telah dikemukakan pada bab sebelumnya, dapat ditarik beberapa kesimpulan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Keputusan pembelian motor Yamaha Matic Mio di Surabaya secara signifikan dipengaruhi oleh Promosi.
2. Keputusan pembelian motor Yamaha Matic Mio di Surabaya secara signifikan dipengaruhi oleh Harga.
3. Keputusan pembelian motor Yamaha Matic Mio di Surabaya secara signifikan dipengaruhi oleh Motivasi.
4. Promosi, Harga, dan Motivasi memiliki pengaruh signifikan secara simultan atau bersama-sama terhadap keputusan pembelian motor Yamaha Matic Mio di Surabaya.

## 5.2 Keterbatasan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, terdapat beberapa keterbatasan dalam penelitian ini. Keterbatasan penelitian tersebut antara lain sebagai berikut :

1. Keterbatasan waktu sehingga memilih penelitian sederhana.
2. Keterbatasan biaya juga mempengaruhi menggunakan penelitian yang menggunakan seminimum biaya yang tersedia.
3. Komposisi responden dalam penelitian ini belum proporsional sebab mayoritas responden masih didominasi oleh Pelajar/Mahasiswa.

## 5.3 Saran

Berdasarkan kesimpulan yang diperoleh dalam penelitian ini, maka diajukan saran-saran sebagai pelengkap terhadap hasil penelitian yang dapat diberikan sebagai berikut :

1. Perusahaan harus mampu mempertahankan atau bahkan meningkatkan Penjualan dari segi promosi. Misalnya dengan melakukan inovasi model sepeda motor Yamaha atau memberi Promosi yang dibutuhkan oleh konsumen dan mengadakan kegiatan yang bertujuan memberi informasi tentang promosi yang berlaku saat itu.
2. Perusahaan harus mampu mempertahankan atau bahkan meningkatkan penjualan dari segi harga. Misalnya dengan melakukan strategi harga yang sesuai dan dibutuhkan oleh para konsumen, namun juga tetap mempertimbangkan kestabilan sirkulasi keuangan perusahaan.

3        Perusahaan harus mampu mempertahankan atau bahkan meningkatkan penjualan dari segi motivasi. Misalnya dengan melakukan kegiatan amal atau hadiah-hadiah yang menarik konsumen dan dapat meningkatkan motivasi para konsumen untuk melakukan pembelian baru ataupun ulang.

## DAFTAR RUJUKAN

- Agusty Tae Ferdinand, 2006, Metode Penelitian Manajemen, Edisi II, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang
- Dewi Urip Wahyuni. 2008. Pengaruh Motivasi, Persepsi dan Sikap Konsumen. *Jurnal Ekonomi Manajemen*, Jilid 10, No. 1
- Handoko, Hani, 2001, Manajemen Personal dan Sumber Daya Manusia Edisi Ketujuh, Yogyakarta, Penerbit BPFE.
- Imam Ghazali, 2002, Analisis Multivariate dengan Program SPSS, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang
- \_\_\_\_\_, 2012, Analisis Multivariate dengan Program SPSS, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang
- Kotler, Philip, 2000, *Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation and Control*, Ninth Edition, Prentice Hall, Inc, Upper Saddle River, New Jersey.
- \_\_\_\_\_, 2008. Prinsip-Prinsip Pemasaran (Edisi ke-12. Jilid ke- 1). Jakarta: Erlangga Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang
- Majalah Mix Marketing Xtra, 2007, Yamaha Mio, No. 02, Hal. 21.
- Population Word, [www.populationword.com](http://www.populationword.com)
- Purwati Heri Setiawan Rohmawati. 2012. .Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Motor Honda Matic Beat. *jurnal Ekonomi Dan Informasi Akuntansi.*, Jilid 2 No. 3.
- Schiffman, Leon G. dan Lesli Lazar Kanuk, 2000, Consumer Behavior, 7th Edition, Prentice Hall Inc, Upper Saddle River, New Jersey.
- Sigit, Soehardi, 2002, Pemasaran Praktis, edisi ketiga, Yogyakarta, BPFE, Yogyakarta.
- STIE Perbanas Surabaya. 2014. Buku Pedoman Penulisan dan Penilaian Skripsi. Surabaya.
- Sugiyono, 2005. *Metode Riset Bisnis*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Swastha, Basu, 2009. Azas-Azas Marketing (cetakan ketujuh). Yogyakarta. Liberty Yogyakarta.

Swasta, Basu dan Handoko, T.Hani, 2000, *Manajemen Permasaran Analisis Perilaku Konsu- men*, edisi kedua Liberty, Yogyakarta.

Sekaran, Uma, 2010. *Research Methods For Business*, John Wiley & Sons, NewYork.

Tjiptono, Fandy, 2005. Pemasaran Jasa, Edisi Pertama, Cetakan Kedua, Penerbit Bayumedia Publishing, Malang.

Top Brand Award, [www.topbrand-award.com](http://www.topbrand-award.com)

Umar, Husein, 2003. Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen, Penerbit PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.

Yamaha Motor, [www.yamaha-motor.com](http://www.yamaha-motor.com)