

BAB IV

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa:

1. Faktor-faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian (*buying decision*) produk Honda Beat adalah faktor kebudayaan, faktor sosial, faktor pribadi, dan faktor psikologi. Faktor-faktor ini dipecah kembali menjadi beberapa sub bagian yang sudah dijelaskan pada bab dua seperti: kelompok referensi, pekerjaan, gaya hidup, persepsi, dan memori. Sub bagian tersebut memberikan gambaran secara lebih nyata kepada kita mengapa faktor-faktor tersebut di atas dapat memengaruhi keputusan pembelian konsumen (*decision to purchase*) Honda Beat.
2. Besar koefisien korelasi yang dihasilkan dari analisis data adalah 0,60 Hal ini mengindikasikan promosi (*promotion*) terhadap keputusan pembelian (*decision to purchase*) konsumen Honda Beat tergolong cukup kuat. Selain itu karena angka koefisien korelasinya positif, maka korelasi kedua variable tersebut bersifat searah. Dengan kata lain, jika promosi yang dilakukan tinggi, maka tingkat keputusan pembelian pelanggan akan meningkat.

B. Saran

Adapun saran yang bisa diberikan oleh peneliti antara lain:

1. Pada pertanyaan mengenai promosi Honda Beat, banyak diantara responden yang mengisi jawaban dengan opsi setuju. Terutama di Universitas Negeri Jakarta banyak pengguna yang menggunakan Honda Beat, dan perusahaan jangan cukup berhenti disini atau cepat merasa puas dengan apa yang sudah dicapai. Untuk itu seharusnya Honda Beat lebih giat lagi untuk melakukan promosi agar saat keputusan pembelian para konsumen akan lebih banyak menggunakan produk dari PT. AHM (Astra Honda Motor) supaya dapat meningkatkan kelanjutan hidup perusahaan.
2. Dari data responden berdasarkan produk yang digunakannya, terlihat jelas bahwa produk Honda Beat adalah yang paling populer. Untuk itu, seharusnya PT AHM (Astra Honda Motor) melakukan sosialisasi yang lebih gencar agar masyarakat bisa mengetahui produk Honda lainnya sebaik mereka mengetahui produk dari PT AHM (Astra Honda Motor).
3. Sebagai perusahaan yang terus berkembang dan mampu sebagai produk yang terus dikejar masyarakat harus terus menjaga dan meningkatkan kepercayaan konsumen agar dapat terus maju dan dapat bersaing dengan perusahaan sejenis lainnya.