

BAB IV

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan yang telah diuraikan penulis pada bab 3 tabel 3.2, maka penulis dapat mengambil kesimpulan bahwa iklan yang paling berpengaruh terhadap minat beli konsumen pada produk Yamaha Mio adalah iklan dengan menggunakan media cetak khususnya dengan menggunakan brosur karena informasi dalam brosur cukup lengkap untuk pengetahuan konsumen tentang produk. Setelah itu diikuti dengan iklan media elektronik dengan menggunakan televisi, karena iklan televisi visualisasinya lebih jelas sehingga pesan dapat diterima dengan baik, selanjutnya dipengaruhi oleh iklan luar ruang, yaitu display produk di lokasi-lokasi tertentu dengan, dan terakhir pameran produk di sebuah *event*, selebihnya dipengaruhi oleh beberapa faktor yang menjadi pemicu minat beli konsumen, seperti kualitas produk, desain produk, penggunaan bahan bakar, diskon atau *cashback* yang diberikan, hadiah-hadiah, citra merk yang baik, garansi mesin, gratis servis berkala, dan ongkos kirim.

B. Saran

Dari kesimpulan yang telah penulis buat diatas, maka penulis dapat memebrikan beberapa saran yang mungkin berguna untuk untuk konsumen, yaitu :

1. Konsumen yang memang berminat membeli produk Yamaha Mio agar datang ke *stand* Yamaha Mio ketika ada pameran di sebuah *event*, agar lebih mengetahui penjelasan tentang spesifikasi dan kelebihan-kelebihan yang ditawarkan produk Yamaha Mio agar tidak lagi ada salah paham yang menimbulkan rasa kerugian ketika membeli produk Yamaha Mio.
2. Dalam hal keborosan penggunaan bahan bakar, konsumen harus tahu betul kelebihan yang diberikan oleh Yamaha Mio, sehingga bahan bakar yang agak boros tidak lagi menjadi alasan kekecewaan konsumen, karena kelebihan produk Yamaha Mio yang menutupi kelemahannya dalam hal bahan bakar.
3. Untuk diskon dan *cashback*, konsumen sebaiknya mengetahui *even-event*, yang memungkinkan Yamaha Mio memberikan diskon atai *cashback* contohnya pada saat ada *event* Pekan Raya Jakarta atau ketika ulang tahun PT. Yamaha.
4. Untuk masalah ongkos kirim, konsumen sebaiknya menanyakan langsung kepada *sales* bersangkutan mengenai kejelasan biaya ongkos kirim yang sampai saat ini belum jelas antara bebas biaya atau terkena biaya ongkos kirim.