

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Temuan dari riseti ini, telah membuka cakrawala bagi penyusunan beragam simpulan, yang akan dijabarkan secara rinci dalam uraian berikut:

1. Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha di Kota Batam.
2. Citra merek berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha di Kota Batam.
3. Promosi berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha di Kota Batam.
4. Kualitas produk, citra merek dan promosi berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha di Kota Batam.

5.2 Saran

Dengan mempertimbangkan temuan yang ada, sejumlah saran akan dapat dikemukakan sebagaimana tertera di bawah ini

1. Yamaha perlu secara konsisten meningkatkan kualitas produknya agar dapat memenuhi harapan konsumen yang semakin tinggi. Peningkatan ini tidak hanya meliputi aspek fisik seperti pada ketahanan mesin dan komponen, tetapi juga performa sepeda motor yang handal serta fitur-fitur keselamatan yang modern. Dengan memastikan produk yang dihasilkan tahan lama dan memiliki standar mutu yang baik, Yamaha dapat membangun suatu loyalitas konsumen serta

dapat mengurangi risiko ketidakpuasan yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian.

2. Yamaha perlu memperkuat citra mereknya agar dapat terus menempati posisi yang kuat di benak konsumen, khususnya di wilayah Kota Batam. Citra merek yang positif dapat dibangun melalui berbagai strategi komunikasi yang efektif, seperti pemanfaatan aktivitas sponsorship dalam komunitas motor, serta dalam kampanye pemasaran yang menekankan nilai-nilai keunggulan dan keandalan produk. Yamaha juga perlu menjaga reputasi merek dengan memberikan suatu pelayanan dan pengalaman pelanggan yang memuaskan agar konsumen merasa bangga dan percaya memilih Yamaha dibandingkan merek lain.
3. Yamaha perlu merancang dan melaksanakan strategi promosi yang tepat dalam sasaran dan menarik bagi konsumen di Batam. Promosi yang efektif harus mampu menyampaikan keunggulan suatu produk dengan jelas dan memberikan insentif yang memotivasi konsumen untuk melakukan pembelian, seperti pada diskon harga, program cicilan yang ringan, atau bonus aksesoris menarik. Selain promosi *offline*, Yamaha perlu mengoptimalkan penggunaan media digital dan sosial media untuk menjangkau suatu pasar yang lebih luas serta meningkatkan interaksi dengan calon pembeli.
4. Untuk penelitian selanjutnya, sangat dianjurkan agar dilakukan pendalaman lebih lanjut terhadap topik ini dengan memasukkan variabel-variabel tambahan yang relevan ke dalam model analisis. Penambahan variabel seperti pelayanan purna jual atau faktor sosial budaya dapat memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian

sepeda motor Yamaha di Kota Batam. Dengan demikian, hasil riset diharapkan dapat memberikan suatu wawasan yang lebih mendalam dan aplikatif bagi pengembangan strategi pemasaran yang lebih efektif.