

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan analisa dan pembahasan yang telah diuraikan oleh peneliti pada bab sebelumnya, maka kesimpulan akhir yang menjawab rumusan masalah dan hipotesa untuk penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Hasil penelitian menunjukkan variabel *word of mouth* memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian sepeda motor matic Honda Beat FI. Hal ini menjelaskan bahwa dengan adanya peningkatan *word of mouth* maka dapat menyebabkan kenaikan terhadap keputusan pembelian sepeda motor matic Honda Beat FI ini. Dengan adanya *word of mouth* ini maka keinginan untuk membeli sepeda motor ini sangat kuat, karena konsumen akan memberikan informasi tentang produk yang telah dikonsumsinya kepada calon konsumen baru dan berdampak pada seleksi alternatif untuk memutuskan pembelian. Berdasarkan pengalaman tersebut konsumen baru akan lebih mudah melakukan keputusan pembelian.
2. Hasil penelitian menunjukkan variabel kualitas produk memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian sepeda motor matic Honda Beat FI. Hal ini menjelaskan dengan adanya peningkatan kualitas produk maka dapat menyebabkan kenaikan terhadap keputusan pembelian motor matic Honda Beat FI ini. Kualitas yang baik dari sepeda motor ini membuat konsumen akan dengan cepat memutuskan keputusan pembeliannya karena keyakinannya terhadap kualitas produk yang dibelinya tersebut.

5.2 Implikasi Penelitian

Penelitian ini juga mempunyai implikasi praktis karena dapat digunakan sebagai bahan masukan bagi perusahaan dalam upaya untuk meningkatkan penjualan sepeda motor dimasa yang akan datang. Untuk variabel *word of mouth* , pihak perusahaan agar lebih memaksimalkan *word of mouth*, karena dalam hal indikator mengajak orang lain untuk membeli dinilai masih rendah, sehingga perlu adanya promosi yang lebih gencar lainnya seperti mengadakan pertunjukan musik, mengadakan service gratis bagi pengguna motor matic Honda Beat FI ini, menyebarkan selebaran kepada masyarakat, dan lain-lain.

Untuk variabel kualitas produk, pihak perusahaan harus lebih memperhatikan kualitas produknya, terutama dalam hal indikator fungsi, yaitu suara mesin masih dinilai kurang halus oleh konsumen, sehingga perlu adanya perbaikan pada komponen yang digunakan tersebut, agar dapat terus bersaing di ketatnya industri otomotif saat ini.

5.3 Keterbatasan Penelitian

1. Pada penelitian ini masih terdapat beberapa kekurangan dan keterbatasan. Dalam hal pengisian kuesioner, tanggapan responden kadang tidak mencerminkan pendapat responden yang sebenarnya, hal ini terjadi karena tidak semua responden mendapat penjelasan secara mendetail sehingga pemahamannya mungkin tidak sama. Dengan keterbatasan ini, diharapkan dapat dijadikan perbaikan pada penelitian mendatang.
2. Karena keterbatasan waktu maka desain penelitian dilakukan dengan cara *cross sectional* (pengisian kuesioner pada satu tahap).

5.4 Saran

Berdasarkan hasil dan kesimpulan penelitian maka dapat diajukan saran – saran sebagai berikut:

1. Bagi peneliti selanjutnya
 - a. Perlu dilakukan penelitian lebih lanjut terhadap faktor-faktor selain *word of mouth* dan kualitas produk yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepeda motor matic Honda Beat FI. Hal ini dikarenakan, dalam penelitian ini variabel tersebut belum mampu menjelaskan keseluruhan yang mempengaruhi keputusan pembelian. Penelitian ini belum memasukkan variabel atas aspek lain yang dapat mempengaruhi dan menyempurnakan hasil penelitian ini seperti variabel harga, iklan dan citra merek.
 - b. Untuk penelitian yang akan datang disarankan untuk mencari ruang lingkup populasi yang berbeda dan lebih luas dari populasi dalam penelitian ini. Sampel yang digunakan sebaiknya juga lebih banyak dari pada sampel dalam penelitian ini, supaya penelitian lanjutan tersebut dapat semakin memberikan gambaran yang lebih spesifik mengenai pengaruh *word of mouth* dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian.
2. Bagi Perusahaan
 - a. Perusahaan diharapkan terus melakukan upaya yang dapat membangun *word of mouth* positif dengan tetap menciptakan kualitas produk yang baik. Ada baiknya juga *word of mouth* perlu ditunjang dengan aktifitas promosi yang lainnya seperti, melalui iklan di media cetak ataupun media

elektronik, serta dengan memberikan potongan harga, hadiah langsung dan program angsuran yang dapat meringankan konsumen.

- b. Perusahaan harus tetap mempertahankan kinerja dan performa kualitas produk dengan melakukan inovasi terus menerus untuk memenuhi keinginan konsumen yang selalu berubah waktu ke waktu mengingat persaingan dalam bisnis sepeda motor jenis otomatis yang semakin ketat.

