

## BAB 6

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 6.1 Kesimpulan

Berdasarkan analisis dan pembahasan terhadap hasil survey yang telah diuraikan sebelumnya, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan berdasarkan tujuan penelitian yang telah ditetapkan sebagai berikut :

1. Gampang, praktis dan mudah dikendarai adalah atribut yang paling dirasakan pada skuter matik. Selain itu nyaman, dan enak untuk dikendarai merupakan juga merupakan atribut yang menjadi pertimbangan konsumen memilih skuter matik, sebagai kendaraan hariannya. Responden juga berpendapat bahwa skuter matik sesuai digunakan oleh semua kalangan.
2. Demografik konsumen, dalam hal ini pengeluaran perbulan dan pendidikan responden, menjadikan atribut pembeda dalam hal pemilihan sepeda motor matik, dan sepeda motor pada umumnya. Sedangkan atribut demografi konsumen yang lainnya tidak ditemukan adanya perbedaan persepsi yang cukup signifikan dalam pemilihan sepeda motor.
3. Faktor-faktor konsumen yang mempengaruhi pemilihan skuter matik adalah
  - a. Pengeluaran perbulan
  - b. Pendidikan terakhir

#### 6.2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diuraikan sebelumnya, maka berikut ini adalah beberapa saran yang diharapkan dapat diimplementasikan oleh pihak-pihak yang berkepentingan dengan industri sepeda motor, khususnya para pemasar sepeda motor matik di wilayah Bali :

1. Para pemasar sebaiknya mendekati diri dan membangun *data base* target konsumen yang memiliki karakteristik sesuai dengan atribut-atribut yang paling berpengaruh terhadap pemilihan sepeda motor pada umumnya dan sepeda motor matik pada khususnya. Hasil penelitian mengungkapkan karakteristik responden dengan berlatar pendidikan SMA ke atas, merupakan konsumen paling potensial dalam pembelian sepeda motor matik.

2. Para pemasar sebaiknya lebih mengefektifkan strategi komunikasi mengenai atribut-atribut produk skuter matik kepada konsumen, agar konsumen semakin aware dan semakin meretensi atribut-atribut skuter matik dalam persepsi mereka.
3. Para pemasar sebaiknya melakukan riset pasar kepada target konsumen secara berkesinambungan untuk mengetahui perubahan / trend yang terjadi atas persepsi dan harapan mereka akan skuter matik.
4. Saran untuk penelitian selanjutnya :
  - Mendesain kuesioner yang lebih baik, sehingga dapat melakukan analisis dan penemuan yang lebih mendalam, misalnya untuk mengetahui apakah terdapat hubungan antara karakteristik psikografi konsumen terhadap motivasi pembelian skuter matik.  
Untuk dapat melakukan analisis diatas, diperlukan suatu desain kuesioner yang mendukung pelaksanaan pengujian statistic, khususnya dalam hal penentuan skala (nominal, ordinal, *scale* atau rasio)
  - Pengambilan sampel yang akan dijadikan responden agar dapat mewakili populasi target konsumen skuter matik.
  - Selain itu lokasi survey tidak hanya sebatas pada wilayah Bali, tetapi juga di kota-kota besar lainnya di Indonesia ( misalnya Surabaya,Semarang, Bandung,Jakarta,dll) untuk mengetahui apakah ada perbedaan hasil penelitian antara wilayah Bali dengan kota-kota besar di Indonesia.