

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **A. Kesimpulan**

Dari hasil analisa dan pembahasan pada Bab IV, dapat ditarik kesimpulan bahwa :

1. Persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian motor Kawasaki.
2. Desain berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian motor Kawasaki.
3. Persepsi harga dan desain secara bersama-sama mempengaruhi keputusan pembelian.
4. Persepsi harga paling besar pengaruhnya terhadap keputusan pembelian

#### **B. Saran**

Berdasarkan kesimpulan dalam penelitian ini. Peneliti merekomendasikan sebagai pelengkap untuk meningkatkan keputusan pembelian, sebagai berikut :

1. Manajemen motor Kawasaki disarankan untuk terus mempertahankan hal-hal yang sudah baik terkait kualitas, seperti kinerja mesin, Ciri khas motor, dan model yang kekinian
2. Memperluas segmentasi pasar tak terbatas pada konsumen yang berumur 20-30 tahun, tetapi juga diatas itu. Hal ini dimaksudkan agar penjualan Kawasaki selalu meningkat tiap tahunnya karena Kawasaki mampu memenuhi produk yang menjangkau segala umur.
3. Peneliti selanjutnya disarankan untuk menambah variabel independen lain selain persepsi harga dan desain yang lebih bervariasi agar mempengaruhi variabel dependen keputusan pembelian lebih tinggi lagi.
4. Peneliti selanjutnya dapat menggunakan teknik analisa yang beragam, sehingga hasil penelitian dapat dilihat dari berbagai sudut pandang dan berbagai kalangan.
5. Peneliti selanjutnya dapat menambah jumlah sampel atau responden yang diteliti dengan rentang waktu yang panjang sehingga dapat mencakup lebih banyak pendapat tentang hal yang mempengaruhi keputusan pembelian sepeda motor Kawasaki.