

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa persepsi konsumen pada atribut-atribut produk dapat menentukan Product Positioning dari sepeda motor Karisma, Shogun 125, Jupiter MX dan ZX 130. Beberapa hal yang dapat diketahui dari hasil penelitian ini berdasarkan beberapa kategori yang diamati :

1. Sepeda Motor Honda Kharisma memiliki keunggulan pada posisi yang nyaman, tidak oleng dan suku cadang yang tersedia dengan lengkap.
2. Sepeda Motor Suzuki Shogun 125 memiliki keunggulan pada suara mesin halus, hemat BBM, suku cadang mudah diperoleh dan suku cadang berharga murah.
3. Sepeda Motor Yamaha Yupiter MX memiliki keunggulan pada bentuk sepeda yang sporty dan corak warna yang menarik.
4. Sepeda Motor Kawazaki ZX 130 memiliki keunggulan pada bentuk sepeda yang elegan dan kecepatan yang tinggi.
5. Secara keseluruhan berbagai merek sepeda motor yang digunakan dalam penelitian ini yaitu Honda Karisma, Suzuki Shogun 125, Yamaha Jupiter MX maupun Kawazaki ZX 130 telah berusaha untuk memberikan produk yang benar-benar baik dan berkualitas dalam hal model, performa mesin, kenyamanan pemakaian dan dan layanan *after sales* dalam bentuk ketersediaan suku cadang yang mudah, murah dan lengkap. Hal tersebut dibuktikan dari hasil penyebaran kuesioner yang sebagian diperoleh jawaban setuju dan sangat setuju untuk masing-masing pertanyaan dari berbagai merk kendaraan yang diteliti.
6. Berdasarkan hasil pemetaan positioning produk dengan menggunakan *Corespondence Analysis* diketahui bahwa sepeda motor yang lebih unggul dalam hal atribut yang diamati adalah sepeda motor Suzuki Shogun 125 yaitu sebagai sepeda motor yang memiliki mesin yang halus, hemat BBM, suku cadangnya mudah diperoleh dan harganya murah.

## 5.2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian ini, dapat diketahui bahwa secara keseluruhan persepsi para responden terhadap *product positioning* sepeda motor bebek adalah positif. Namun ada beberapa perbaikan yang perlu dilakukan oleh produsen sepeda motor demi kemajuan dan terjualnya produksi di masa mendatang. Perbaikan tersebut diantaranya adalah :

1. Berdasarkan kesimpulan diketahui bahwa responden menganggap bahwa atribut-atribut model kendaraan, performa mesin, kenyamanan pemakaian dan ketersediaan suku cadang adalah atribut-atribut yang sangat penting untuk diperhatikan, oleh karena itu hendaknya produsen juga memperhatikan keempat atribut tersebut untuk dapat meningkatkan kepuasan kepuasan dan meningkatkan nilai penjualan yang dapat dilakukan.
2. Berdasarkan hasil positioning produk dapat diketahui kelebihan dari suatu merk kendaraan maupun kelebihan dari produk pesaing-pesaing, oleh karena itu hendaknya pihak produsen hendaknya mempertahankan kelebihan yang telah dimiliki dan meningkatkan berbagai atribut yang dirasakan masih kurang baik dan menjadi keunggulan dari produk pesaing.