

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan, maka dapat dibuat kesimpulan dari hasil penelitian yakni:

1. Hasil analisis deskriptif memberikan gambaran kategori persepsi variabel promosi, variabel segmentasi pasar dan variabel keputusan pembelian tergolong tinggi dengan nilai persentasi masing-masing 77.34%, 69.42% dan 74.87% dengan kategori baik.
2. Promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Artinya jika promosi dalam hal ini periklanan, promosi penjualan, penjualan pribadi dan hubungan masyarakat semakin baik, maka keputusan pembelian meningkat secara signifikan
3. Segmentasi Pasar berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Artinya jika segmentasi pasar dalam hal ini jenis kelamin, jenis pekerjaan, usia dan pendapatan semakin baik, maka keputusan pembelian meningkat secara signifikan
4. Promosi dan segmentasi pasar secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Artinya jika promosi maupun segmentasi pasar semakin baik maka keputusan pembelian meningkat secara signifikan.
5. Nilai Koefisien determinasi ( $R^2$ ) menunjukkan bahwa kontribusi variabel Promosi dan Segmentasi Pasar terhadap Keputusan Pembelian dalam

penelitian ini adalah sebesar 78,3%, Sisanya 21,7% di pengaruhi oleh variabel lain atau tidak dalam penelitian ini.

## **B. Saran**

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan serta kesimpulan, maka saran yang dapat diberikan kepada PT. Dinamika Sejahtera Motor Kupang guna penyempurnaan hasil penelitian adalah sebagai berikut:

1. Mengingat banyaknya pesaing di pasaran yang dihadapi oleh PT. Dinamika Sejahtera Motor Kupang, maka perusahaan sebaiknya mempertahankan dan memungkinkan di tingkatkan kinerja pegawai dibidang pelayanan, promosi penjualan dan tenaga marketing agar senantiasa kreatif dan bijaksana dalam menangani konsumen.
2. Untuk kebijakan promosi penjualan yang memberikan diskon penjualan, hadiah untuk transaksi selama pameran, bonus, paket harga hemat dan pembayaran secara kredit yang diterapkan oleh perusahaan selama ini perlu sering dilakukan mengingat konsumen merespon dengan baik akan kebijakan ini.
3. Perusahaan sebaiknya menambahkan jenis promosi sehingga dapat meningkatkan jumlah konsumen dalam membuat keputusan untuk pembelian sepeda motor Honda pada PT. Dinamika Sejahtera Motor Kupang
4. Segmentasi pasar diharapkan lebih diperluas lagi sehingga jumlah konsumen dapat lebih banyak membuat keputusan pembelian sepeda motor Honda pada PT. Dinamika Sejahtera Motor Kupang

## DAFTAR PUSTAKA

### **Buku:**

- Firmansyah, Anang. 2018. **Perilaku Konsumen**. Edisi Ke 5. Jilid 2. Jakarta: Airlangga, December. 267-268
- Ghozali, Imam 2013 **Analisis Multiviarate Program PLS**. Edisi Ke 8
- Halim, F. 2014. **Manajemen Pemasaran Jasa**. In Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents (Vol. 5, Issue 2).
- Haudi,S.Pd.,M.M., D. B. 2021. **Teknik Pengambilan Keputusan** (C. Hadion Wijoyo,S. E., S. H., S. Sos., SPd., M. H., m.m., Ak. (ed.).
- Kotler, P., & Keller, K. L. 2016. **Marketing Management**. In pearson Education (Vol. 22). 6
- Ritonga, H. M., Fikri, M., Siregar, N., Agustin, R. R., & Hidayat, R. 2018. **Manajemen pemasaran**.
- Taufiqurokhman, & Satispie, E. 2018. **Teori Dan Perkembangan Manajemen Pelayanan Publik**. Umj Press 2018.
- Tjiptono, F. dan Chandra, G. 2017. **Market Targeting**. Erlangga: Jakarta. (2):150
- Utomo, H. 2018. **Manajemen Pemasaran** by Hargo Utomo (z-lib.org).pdf.
- Zainurossalamia, Saida. 2020. **Manajemen Pemasaran** (Hamdan (ed).

### **Skripsi, Jurnal dan tesis:**

- Ahmadi, N. K., & Herlina. 2017. Analisis Segmentasi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Eiger di Bandar Lampung.
- Akbar, Gasim, K. D. L. M. 2015. Hubungan Audit Operasional Dan Persediaan Pengelolaan Barang Dagang Terhadap Peningkatan Laba Pada PT. Timor Prima Lestari Sentosa Kupang.
- Bahari. 2013. Analisis Pengaruh Segmentasi Pasar Terhadap Keputusan Pembelian Produk Telkom Speedy Di PT. Telekomunikasi Indonesia Cabang Kediri.
- Djuang, Gaudensius. 2006. Motif Pelanggaran dan Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Pelanggan Dalam Menggunakan Jasa Koperasi kredit Di Kota Kupang, Tesis Program Pasca Sarjana Universitas Brawijaya Malang

- Dharmawan, R 2016. Pengaruh Produk, Harga, Promosi Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Matic Honda Beat Di Kota Semarang
- Girindra, K., & Kamal, M. 2012. Analisis Pengaruh Persepsi Harga, Promosi, Distribusi, Kualitas Produk, Dan Segmentasi Pasar Terhadap Keberhasilan Produk Sepeda Motor Yamaha Di Kota Semarang.
- Goenadhi, Didiek. 2011, *Journal of Chemical Information and Modeling*. 157
- Husna. N. 2017. Strategi Segmentasi Pasar Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Pada PT. Hadji Kalla Cabang Urip Sumoharjo.
- Husni Mubarak 2018. Pengaruh Citra Merek, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Bandeng (Bresto) Di UD. Arshindo Gresik
- Mastukhin, A. 2013. Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Waterboom Tiara Park Jepara.
- Nurtjahjani 2017. Pengaruh Segmentasi Pasar Terhadap Keputusan Pembelian Produk Telkom Speedy Di PT. Telekomunikasi Indonesia Cabang Malang
- Pomantow. G 2017. Strategi Segmentasi Pasar Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Pada PT. Hadji Kalla Cabang Urip Sumoharjo.
- Pranoto, Bambang 2008. Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Konsumen Membeli Kendaraan Bermotor, Jurnal Ilmiah Faktor Extra Vol. 1 No 2 September 2008. 135
- Prayogo, Galih. 2012. Analisis Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian Di Jambon Yogyakarta.
- Rahmi. 2018. Pengaruh Promotion mix terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha. *Analytical Biochemistry*.
- Sanjaya, Surya 2017. Pengaruh Promosi dan Merek Terhadap Keputusan Pembelian pada PT. Sinar Sosro Medan
- Sitorus, O. F., & Utami, N. 2017. Strategi Promosi Pemasaran. Fkip Uhamk.
- Sugiyono. 2017 Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta, Cv. Hal 60, 72
- Sumirat, Y. 2015. Pengaruh Pemasaran Interaktif Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Distro Dloops Bandung). [Repository.Unisba.Ac.Id](https://repository.unisba.ac.id/),

- Wibowo 2017. Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan Pada PT. Duta Agung Group Medan (2):7
- Windayani, A. 2020. Pengaruh Strategi Promosi Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Beat Matic Pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Mataram.