

BAB VI

PENUTUP

6.1 Kesimpulan

Berikut adalah beberapa kesimpulan yang didapat dari penelitian ini :

1. Pemilihan jenis sepeda motor matic dipengaruhi oleh karakter dan psikografis seperti : senang belajar dan ingin berkembang, sering memotivasi diri sendiri, mengutamakan harga dalam membeli suatu produk, senang berkumpul dengan orang lain atau kerabat dekat, dan menjunjung tinggi kejujuran dan kesopanan.

Pemilihan jenis sepeda motor sport dipengaruhi oleh karakter dan psikografis seperti : sering mengikuti kata hati atau perasaan, bersikap inisiatif, bertanggung jawab, tidak mudah putus asa, senang berkumpul dengan orang lain atau kerabat dekat, dan senang mencoba hal-hal baru.

2. Pengguna sepeda motor sport mempunyai antusiasme yang lebih tinggi dalam hal penerimaan media komunikasi yang dilakukan oleh Honda dan mementingkan segmentasi produk yaitu akselerasi dan kecepatan yang tinggi pada sepeda motor.

Pengguna sepeda motor matic lebih mementingkan segmentasi promosi yaitu event-event lomba yang dilakukan oleh pihak Honda.

6.2 Saran

Karena penelitian ini berfokus pada sepeda motor merek Honda jenis matic dan sport saja, maka perlu dilakukannya penelitian pada :

1. Sepeda motor merek Honda jenis bebek dan sport atau matic dan bebek.
2. Responden yang berusia dari 17 tahun hingga lebih dari 45 tahun.
3. Penambahan variabel pertanyaan kuesioner mengenai lama penggunaan sepeda motor.

DAFTAR PUSTAKA

- Sherly. (2016). *Penentuan Strategi Marketing Communication yang Efektif pada Produk Motor Honda Di Surabaya*. Skripsi Mahasiswa, Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
- Lovelock, C. dan Wright, L. (2001). *Principles of Service Marketing and Management*. New Jersey: Prentice Hall.
- Malhotra, Naresh K. (2004). *Marketing Research: An Applied Orientation, fourth edition*. New Jersey: Pearson Education, Inc.
- Santoso, S. dan Tjiptono, F. (2001). *Riset Pemasaran: Konsep dan Aplikasi dengan SPSS*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Santoso, Singgih. (2014). *Statistik Multivariat Edisi Revisi*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Usman, H. dan Sobari, N. (2013). *Aplikasi Teknik Multivariate untuk Riset Pemasaran*. Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada.
- Yamin, S. dan Kurniawan, H. (2011). *SPSS Complete: Teknik Analisis Statistik Terlengkap dengan Software SPSS*. Jakarta: Penerbit Salemba Infotek.