

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Setelah melakukan penelitian tentang pengaruh referensi orang tua terhadap sikap pemilihan merek sepeda motor kepada 92 orang responden yang merupakan siswa/i MAN 2 Kota Bogor, peneliti menyimpulkan bahwa berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan serta pembahasan yang didapat dari penyebaran kuesioner kemudian data tersebut diolah menggunakan SPSS versi 20, maka peneliti menyimpulkan :

1. Berdasarkan hasil perhitungan uji variabel referensi orang tua dan variabel sikap pemilihan merek sepeda motor menunjukkan bahwa variabel X berpengaruh terhadap variabel Y.
2. Besarnya pengaruh variabel referensi orang tua terhadap sikap pemilihan merek sepeda motor menunjukkan hasil sebesar 28,5%. Hal ini menunjukkan bahwa referensi orang tua bukan menjadi faktor utama bagi siswa MAN 2 Kota Bogor dalam memilih sebuah merek sepeda motor. Kebaruan dari penelitian ini adalah orang tua memiliki harapan tentang bagaimana anak sepatutnya berperilaku atau bertindak untuk memilih merek atau jenis sepeda motor seperti yang diinginkan orang tua dengan mempersuasi anaknya. Jika anak menuruti referensi dari orang tua maka orang tua cenderung tidak memperhatikan perilaku tersebut dan tidak memberikan penilaian terhadap perilaku anaknya karena harapan orang tua terpenuhi, tetapi bila terjadi pelanggaran harapan oleh anaknya karena tidak menuruti referensi dari orang tuanya maka orang tua akan merasa terganggu dan memperhatikan perilaku tersebut lalu memberikan penilaian terhadap perilaku anaknya tersebut.
3. Hasil tersebut ditunjang dengan hasil uji signifikansi hipotesis yaitu  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima yang berarti referensi orang tua berpengaruh terhadap sikap pemilihan merek sepeda motor siswa/i MAN 2 Kota Bogor.

## 5.2 Saran

Hasil penelitian yang telah dilakukan penulis dengan judul pengaruh referensi orang tua terhadap sikap pemilihan merek sepeda motor (Survei pada Siswa MAN 2 Kota Bogor pada bulan Maret 2021) maka penulis memberikan saran yaitu:

1. Orang tua perlu secara konsisten dalam mempersuasi anak agar dapat memilih merek sepeda motor sesuai dengan referensi yang diberikan oleh orang tua. Selain itu orang tua juga harus meningkatkan kredibilitasnya berkaitan dengan merek-merek agar anak dapat menerima referensi yang diberikan oleh orang tuanya.
2. Orang tua perlu membangun hubungan komunikasi yang erat terlebih dahulu dengan anaknya sehingga terbangun kepercayaan anak pada orang tuanya. Apabila kepercayaan sudah terbangun, memberikan referensi pada anak akan menjadi lebih mudah.
3. Orang tua perlu mendengarkan opini atau keinginan anak terlebih dahulu, agar dapat mengetahui sepeda motor seperti apa yang diinginkan oleh anaknya. Selanjutnya orang tua dapat mulai memberikan referensinya secara halus kepada anaknya, tidak *intens*, tetapi dilakukan secara kontinyu, seperti selalu memberikan *update* tentang spesifikasi sepeda motor tertentu sehingga anak membuat anak nyaman dan tidak merasa dipaksa.
4. Bagi para *dealer* merek sepeda motor tertentu dapat memanfaatkan hasil penelitian ini untuk meningkatkan tingkat penjualannya. Edukasi terhadap orang tua tentang keunggulan sebuah merek sepeda motor perlu ditingkatkan agar mereka memiliki referensi dalam memilih merek sepeda motor. Disamping itu, faktor lain seperti penggunaan brosur, pameran, diselenggarakannya acara *Meet and Greet* dengan sasaran utama para pelajar SMA/SMK/MA disamping mengedukasi orang tuanya juga.