

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dengan metode kuantitatif maka penulis menyimpulkan:

1. Promosi penjualan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda di PT Capella Dinamik Nusantara.
2. Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda di PT Capella Dinamik Nusantara.
3. Layanan purnajual berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda di PT Capella Dinamik Nusantara.
4. Promosi penjualan, harga, dan layanan purnajual secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda di PT Capella Dinamik Nusantara.

5.2 Saran

Berdasar penjabaran penulis mempunyai saran serta masukan yakni:

1. Diharapkan peneliti berikutnya bisa mengangkat variabel yang berbeda dari penelitian ini, misalnya variabel minat beli, kualitas produk, dan citra merek. Karena masih banyak faktor lainnya sebesar 21,5% yang mempengaruhi keputusan pembelian seorang konsumen terhadap sebuah produk ataupun jasa.

2. Diharapkan perusahaan dapat meningkatkan promosi penjualan, menerapkan harga yang menguntungkan bagi kedua pihak baik perusahaan maupun konsumen, serta memaksimalkan layanan purnajual untuk meningkatkan keputusan pembelian.
3. Penelitian berikutnya diharapkan mengangkat objek yang berbeda agar bisa dibandingkan dengan penelitian berikutnya.