

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Kesimpulan penelitian adalah jawaban dan permasalahan penelitian yang dilakukan. Pada bab ini penulis akan menyajikan kesimpulan berdasarkan hasil penelitian yang telah diuraikan pada bab sebelumnya. Berikut ini adalah kesimpulan dari hasil penelitian yaitu:

1. Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian mobil Mazda di Kota Batam. Berdasarkan hasil uji-t nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ dengan perolehan angka sebesar $t_{hitung} 2,870 > t_{tabel} 1,655$ dan nilai signifikan $0,039 < 0,05$ membuktikan variable harga secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel keputusan pembelian.
2. Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian mobil Mazda di Kota Batam. Berdasarkan hasil uji-t nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ dengan perolehan angka sebesar $t_{hitung} 2,864 > t_{tabel} 1,655$ dan nilai signifikan $0,005 < 0,05$ membuktikan variable kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel keputusan pembelian.
3. Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian mobil Mazda di Kota Batam. Berdasarkan hasil uji-t nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ dengan perolehan angka sebesar $t_{hitung} 2,244 > t_{tabel} 1,655$ dan nilai

signifikan $0,026 < \text{dari } 0,05$ membuktikan variable kualitas produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel keputusan pembelian.

5.2 Saran

Dari hasil penelitian yang telah disimpulkan pada bagian di atas, maka ada beberapa hal yang dapat diungkapkan sebagai saran. Berikut ini saran-saran yang dapat penulis berikan adalah:

1. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat memperbesar jumlah sampel lebih dari 150 sampel, sehingga mendapatkan hasil yang lebih akurat.
2. Penelitian selanjutnya diharapkan mengambil judul yang sama tetapi menambahkan salah satu variabel yaitu variabel bebas maupun variabel terikat seperti variabel loyalitas (*trust*), agar penelitian semakin berguna.
3. Penelitian selanjutnya diharapkan mengambil objek pada bisnis yang berbeda supaya bisa membandingkan hasil dengan penelitian sebelumnya.
4. Dilakukan penelitian lebih lanjut seperti faktor apa saja yang mempengaruhi keputusan pembelian selain harga, kualitas pelayanan, dan kualitas produk.
5. Bagi perusahaan Perusahaan Mazda Batam perlu meningkatkan strategi pemasaran usaha di tengah persaingan usaha dan dapat meningkatkan strategi harga yang lebih murah dibandingkan yang ditawarkan oleh pesaing lain, atau memberikan potongan harga spesial kepada pelanggan, Mazda Batam juga harus lebih meningkatkan kualitas pelayanan karena kualitas pelayanan merupakan aspek penting dalam mempengaruhi keputusan pembelian dan lebih banyak memperkenalkan keunggulan kualitas produk Mazda kepada pelanggan Mazda.