

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1 Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel kualitas produk, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian motor honda Beat di batam, dan untuk mengetahui pengaruh dari tiga variabel independen tersebut. Dari hasil penelitian dan pembahasan yang telah dijelaskan dan diuji pada bab sebelumnya dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh variabel kualitas produk (X1) terhadap keputusan pembelian. Hal ini dapat dibuktikan pada uji sebelumnya dimana menunjukkan Hasil  $t_{hitung} > t_{tabel}$  dan signifikan dengan demikian menunjukkan adanya hubungan yang signifikan antara variabel kualitas produk dengan variabel keputusan pembelian pada pengguna *service* motor honda Beat PT Capella Dinamika Nusantara Batam. Terdapat pengaruh variabel harga terhadap keputusan pembelian hal ini di sebabkan karena nilai signifikansi  $> (\alpha)$ .
2. Terdapat pengaruh harga (X2), terhadap keputusan pembelian pada pengguna *service* PT Capella Dinamika Nusantara Batam. Ini dapat dibuktikan dari Hasil  $t_{hitung} > t_{tabel}$  dan signifikan menunjukkan adanya hubungan yang signifikan antara variabel harga dengan variabel keputusan pembelian.
3. Terdapat pengaruh promosi (X3), terhadap keputusan pembelian pada pengguna *service* PT Capella Dinamika Nusantara Batam. Ini dapat dibuktikan dari Hasil  $t_{hitung} > t_{tabel}$  dan Nilai signifikan maka dengan demikian

promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian ini menunjukkan adanya hubungan yang signifikan antara variabel harga dengan variabel keputusan pembelian.

## 5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diuraikan diatas, maka diajukan beberapa saran kepada PT Capella Dinamika Nusantara sebagai pelengkap hasil penelitian yang dapat di berikan yaitu:

1. Perusahaan sebaiknya terus menjaga dan meningkatkan loyalitas konsumen dengan cara meningkatkan kualitas produk dan terus berinovasi untuk memenuhi keinginan pelanggan.
2. Penentuan harga Honda Beat yang lumayan tinggi di pasaran honda *matic* seharusnya lebih meningkatkan kualitas produk untuk mengimbangi harga yang beredar agar pelanggan tidak kecewa.
3. Penentuan strategi dalam mempromosikan produk lebih di tingkatkan lagi dan punya ide-ide yang bagus untuk menarik perhatian pelanggan.
4. Meningkatkan kualitas jasa *service* agar lebih professional untuk melayani keluhan terhadap kualitas produk yang di miliki oleh Motor Honda *Beat*