

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Dari hasil analisis data dan pembahasan pada bab sebelumnya dapat disimpulkan sebagai berikut ini :

1. Berdasarkan tanggapan dari responden mengenai variabel produk, hasil pengolahan data kuesioner mendapatkan skor yang baik dengan rata-rata 3,74. Hasil tersebut diperoleh dengan jumlah setuju terbanyak pada lima pernyataan yang disebarakan. Pengaruh variabel produk terhadap keputusan pembelian berdasarkan dari hasil uji hipotesis bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan terhadap variabel keputusan pembelian, dimana nilai t hitung (3,313) > t tabel (1,98156) dan tingkat signifikan 0,001 lebih kecil dari (0,1).
2. Berdasarkan tanggapan dari responden mengenai variabel harga, hasil pengolahan data kuesioner mendapatkan skor yang baik dengan rata-rata 3,58. Hasil tersebut diperoleh dengan jumlah setuju terbanyak pada tiga pernyataan yang disebarakan. Pengaruh variabel harga terhadap keputusan pembelian berdasarkan dari hasil uji hipotesis bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan terhadap variabel keputusan pembelian dimana nilai t hitung (3,267) > t tabel (1,98156) dan tingkat signifikan 0,000 lebih kecil dari (0,1).
3. Berdasarkan tanggapan dari responden mengenai variabel promosi, hasil pengolahan data kuesioner mendapatkan skor yang baik dengan rata-rata 3,71. Hasil

tersebut diperoleh dengan jumlah setuju terbanyak pada empat pernyataan yang disebarkan. Pengaruh variabel lokasi terhadap keputusan pembelian berdasarkan dari hasil uji hipotesis bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan terhadap variabel keputusan pembelian dimana nilai t hitung (3,873) > t tabel (1,98156) dan tingkat signifikan 0,001 lebih kecil dari (0,1).

4. Berdasarkan tanggapan dari responden mengenai variabel tempat, hasil pengolahan data kuesioner mendapatkan skor yang baik dengan rata-rata 4,00. Hasil tersebut diperoleh dengan jumlah setuju terbanyak pada lima pernyataan yang disebarkan. Pengaruh variabel tempat terhadap keputusan pembelian berdasarkan dari hasil uji hipotesis bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan terhadap variabel keputusan pembelian dimana nilai t hitung (2,753) > t tabel (1,98156) dan tingkat signifikan 0,007 lebih kecil dari (0,1).

5. Hasil uji hipotesis secara simultan menunjukkan bahwa F hitung (29,412) > F tabel (2,46) dan tingkat signifikan sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 maka menunjukkan H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya kualitas pelayanan (X_1), harga (X_2) promosi (X_3) dan tempat (X_4) terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel terikat keputusan pembelian (Y).

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan yang diperoleh dalam penelitian ini, maka diajukan saran-saran sebagai masukan yang dapat diberikan kepada PT. Graha Auto Perkasa sebagai berikut :

1. Dealer Graha Yamaha perlu memperhatikan perubahan produk. Usaha yang dapat dilakukan adalah dengan terus berinovasi sehingga bisa memberikan sesuatu yang lebih baik dibanding pesaing lainnya. Usaha lain yang dapat dilakukan adalah menambah beberapa fasilitas misalnya Wi-Fi gratis yang dimiliki PT. Graha Auto Perkasa.
2. Manajemen PT. Graha Auto Perkasa sebaiknya lebih kreatif lagi dalam memperkenalkan produknya baik dari segi kualitas maupun harga kepada para konsumen. Misalnya apabila harga naik maka harus disesuaikan pula dengan kualitas dari motor tersebut dengan melakukan *testride* kepada konsumen .
3. Untuk penelitian yang akan datang disarankan untuk menambah variabel independen lainnya selain Produk, Harga, Promosi dan Tempat yang tentunya dapat mempengaruhi variabel dependen keputusan pembelian agar lebih melengkapi penelitian ini karena masih ada variabel-variabel independen lain di luar penelitian ini yang mungkin bisa mempengaruhi keputusan pembelian.