

## BAB V

### SIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan uraian dan analisa pembahasan yang telah dikemukakan pada bab sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut.

1. *Personal selling* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada PT Pionika Automobil di Kota Batam,

H1: *Personal Selling* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada PT Pionika Automobil di Kota Batam.

Berdasarkan hasil uji t pada tabel 4.19 nilai  $t_{hitung} 2,276 > 1,981$  ( $t_{tabel}$ ) dan nilai signifikan  $0,025 < 0,05$  membuktikan variabel *personal selling* secara parsial berpengaruh parsial dan signifikan terhadap variabel keputusan pembelian.

2. Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada PT Pionika Automobil di Kota Batam.

H2: Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada PT Pionika Automobil di Kota Batam.

Berdasarkan hasil uji T pada tabel 4.19 nilai  $t_{hitung} 8,541 > 1,981$  ( $t_{tabel}$ ) dan nilai signifikan  $0,000 < 0,05$  membuktikan variabel kualitas produk secara parsial berpengaruh parsial dan signifikan terhadap variabel keputusan pembelian.

3. *Personal selling* dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada PT Pionika Automobil di Kota Batam.

H3 : *Personal selling* dan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada PT Pionika Automobil di Kota Batam.

Berdasarkan hasil uji F pada tabel 4.20 diperoleh nilai  $F_{hitung}$  108,559 > 3,08 ( $F_{tabel}$ ) dan nilai signifikan  $0,000 < 0,05$  dapat diambil kesimpulan bahwa variabel *personal selling* dan kualitas produk secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel keputusan pembelian

## 5.2 Saran

Berdasar simpulan dari penelitian, penulis memberikan saran sebagai berikut:

### 1. Bagi Perusahaan

Perusahaan dapat mengembangkan kemampuan *personal selling* setiap wiraniaga sehingga dapat terjadinya peningkatan penjualan yang lebih tinggi. Perusahaan diharapkan dapat mengembangkan inovasi dan mempertahankan kualitas tiap unit produk mobil Honda agar dapat menarik minat dari calon pembeli dimasa yang akan datang.

### 2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Peneliti selanjutnya diharapkan menambahkan variabel-variabel lain yang memengaruhi keputusan pembelian selain *personal selling* dan kualitas produk serta menggunakan indikator lainnya.