

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasar output riset serta penelaahan yang telah dilaksanakan pada keseluruhan yang didapatkan, maka penulis menyimpulkan:

1. Adanya dampak positif juga signifikan antara variabel promosi dan keputusan pembelian motor Honda di Capella Batam yang didasarkan hasil uji t yaitu nilai $t_{hitung} 4,426 > t_{tabel} 1,651$ dan nilai signifikansi $0,00 < 0,05$
2. Ditemukannya imbas positif serta signifikan antara variabel kualitas pelayanan juga keputusan pembelian motor Honda di Capella Batam yang didasarkan hasil uji t yaitu nilai $t_{hitung} 9,301 > t_{tabel} 1,651$ serta nilai signifikansi $0,00 < 0,05$.
3. Sesuai hasil uji F yaitu $f_{hitung} 121,444$ lebih besar dari dari F_{tabel} sebesar $3,033$, sehingga mampu dikonklusikan bahwa variabel promosi serta mutu pelayanan berdampak positif juga signifikan secara serentak pada keputusan pembelian motor Honda di Capella Batam.

5.2 Saran

Sejalan bersama konklusi diatas, penulis dapat memberikan saran, yaitu:

1. Bagi Dealer Capella Honda Batam Centre
 - a. Promosi menjadi salah satu faktor yang krusial sehingga sebaiknya promosi perlu ditingkatkan agar dapat memberikan dampak terhadap keputusan pembelian motor Honda.

- b. Kualitas Pelayanan seharusnya lebih ditingkatkan baik dari bagian *front desk* , marketing dan bagian pengantaran motor agar konsumen merasa senang sehingga dapat meningkatkan keputusan pembelian motor Honda.
2. Bagi peruguruan tinggi, diharapkan dapat meningkatkan informasi serta mampu dimanfaatkan sebagai referensi guna riset diwaktu yang akandatang.
3. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan guna mengkaji lebih detail lagi sertaspesifik juga dijadikan acuan untuk mengembangkan lagi hasil penelitian yang sudahada.