

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

Dalam bab ini berisi simpulan dari hasil dan pembahasan dalam bab IV dan kemudian memberikan saran, sehingga penelitian ini dapat bermanfaat bagi penelitian berikutnya.

A. Simpulan

Berdasarkan hasil pembahasan pada bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan :

1. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa adanya pengaruh variabel harga dan bauran promosi terhadap proses keputusan pembelian Honda Jazz di kota Palembang. Diketahui bahwa nilai adjusted R square adalah 0,607 yang berarti bahwa 60,7% variabel harga dan bauran promosi dapat menjelaskan variabel proses keputusan pembelian, sedangkan sisanya sebesar 39,3% menjelaskan variabel proses keputusan pembelian dengan variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.
2. Pada variabel harga dan bauran promosi berpengaruh terhadap proses keputusan pembelian karena mempunyai signifikan $<0,05$. Dengan nilai signifikansi harga (X1) sebesar 0,000 dan bauran promosi (X2) sebesar 0,000.

B. Saran

Dari hasil penelitian yang didapatkan bahwa kedua variabel yang diteliti telah memiliki pengaruh terhadap proses keputusan pembelian Honda Jazz di Palembang, oleh karena itu saran yang dapat diberikan adalah :

1. Bagi peneliti

Dalam penelitian ini menggunakan dua variabel yang mempengaruhi proses keputusan pembelian yang sudah dapat dijelaskan adjusted r square sebesar 0,607 atau sebesar 60,7% sehingga masih tersisa 39,3% lagi yang masih belum menjelaskan seutuhnya variabel proses keputusan pembelian ini, disarankan penelitian yang akan datang akan menambahkan variabel lain untuk penelitian ini seperti citra merk, perilaku konsumen dan sebagainya yang dapat mempengaruhi proses keputusan pembelian.

2. Bagi perusahaan

Untuk perusahaan sudah tepat menggunakan variabel harga dan bauran promosi karena terbukti berpengaruh positif signifikan dan dapat mempengaruhi proses keputusan pembelian konsumen. Oleh karena itu, perusahaan diharapkan menjadi lebih fokus dalam memperhatikan harga dan bauran promosi.

C. Keterbatasan penelitian

1. Dalam jumlah sampel tidak dapat mewakili seluruh pengguna produk Honda Jazz di kota Palembang.

2. Karena peneliti menggunakan variabel x_1 harga dan x_2 bauran promosi maka tidak bisa menjelaskan secara utuh variabel y yaitu proses keputusan pembelian, ada baiknya lebih banyak variabel yang ditambahkan dalam penelitian ini.