

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan analisis dan pembahasan hasil analisis data penelitian tentang analisis pengaruh variabel bebas (Kualitas Produk Dan Harga) terhadap variabel terikat (keputusan pembelian), maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Berdasarkan hasil analisis deskriptif didapat bahwa jawaban responden berada pada kategori yang tinggi, karena sebagian besar responden menjawab sangat setuju dan hanya sedikit yang menjawab sangat tidak setuju pada pernyataan masing-masing variabel kualitas produk dan harga
2. Berdasarkan hasil uji regresi linear berganda dengan menggunakan uji t, maka didapatkan bahwa hasil variabel kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel keputusan pembelian Honda Mabilio di Palembang.
3. Berdasarkan hasil uji regresi linear berganda dengan menggunakan uji t maka didapatkan bahwa hasil variabel harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel keputusan pembelian di Palembang.
4. Berdasarkan hasil uji F didapat bahwa variabel independen yaitu kualitas produk (X_1) dan harga (X_2) secara bersama-sama berpengaruh simultan dan signifikan terhadap variabel dependent keputusan pembelian (Y) pada Honda Mabilio di Palembang.

5. Berdasarkan hasil koefisien determinasi yang dilihat pada nilai Adjusted R Square menyimpulkan bahwa besar pengaruh dari variabel independent yaitu kualitas produk (X_1) dan harga (X_2) terhadap keputusan pembelian (Y) di kota Palembang.

B. Implikasi Manajerial

Berdasarkan kesimpulan yang telah diperoleh dalam penelitian ini, maka ada beberapa penerapan manajerial yang dapat dilakukan, yaitu:

1. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, maka dari itu kualitas produk harus dipertahankan. Untuk meningkatkan pengaruh pembelian konsumen terhadap produk di perusahaan PT. Honda Maju Motor perlu adanya peningkatan dalam beberapa hal, seperti kualitas pelayanan sales yang lebih baik, *communication skill* yang baik, dengan cara pemberian *training skill* bagi *sales* secara rutin, karena diketahui bahwa terjadinya pembelian konsumen akan suatu produk dipengaruhi oleh kualitas sales itu sendiri, konsumen yang percaya terhadap sales akan mudah melakukan pembelian, untuk itu kualitas sales sangat berpengaruh terhadap pembelian konsumen dan kemajuan perusahaan. Konsen pada tenaga sales merupakan langkah yang sangat tepat untuk dilakukan perusahaan Maju Motor dalam memenangkan persaingan di dunia *otomotive*, selain itu perlu adanya peningkatan promosi untuk dapat membranding nama perusahaan di benak konsumen seperti iklan pada media cetak, Sumatera ekspres, dan website yang menarik, media sosial lainnya seperti facebook, instagram, dll. perlu dilakukan secara terus menerus.

2. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, maka dari itu Perusahaan perlu meningkatkan kerja sama dengan pihak leasing untuk pembuatan paket kredit yang lebih menarik setiap bulannya, seperti pilihan paket dp minim bunga 0% selama 1 tahun. Paket diharapkan dapat dijalankan kedua belah pihak sehingga mampu meningkatkan penjualan PT.Maju Motor lebih baik lagi.

C. Saran

Terdapat beberapa saran yang dikemukakan untuk penelitian yang akan datang:

1. Penelitian selanjutnya disarankan untuk mencari populasi yang berbeda dan jumlah sampel yang lebih besar dari penelitian ini, sehingga diharapkan mampu memberikan gambaran yang lebih spesifik antara pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian.
2. Penelitian selanjutnya disarankan untuk menambah model penelitian agar dapat mengetahui faktor-faktor lain yang mempengaruhi keputusan pembelian.