

BAB V

SIMPULAN, IMPLIKASI, DAN SARAN

A. Simpulan

Penelitian ini bertujuan untuk meneliti Upaya Meningkatkan Keputusan Pembelian Pada Dealer Kembang Jawa Motor Trenggalek Ditinjau Dari Harga, Promosi Dan Pelayanan. Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dikemukakan sebelumnya, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Harga (X1) berpengaruh secara parsial terhadap Keputusan Pembelian (Y) adalah diterima. Pengujian pengaruh antara Harga (X1) terhadap Keputusan Pembelian (Y) diperoleh nilai koefisien sebesar 0,136 dengan nilai signifikansi sebesar 0,010, karena nilai signifikansi $< 0,05$ maka terdapat pengaruh yang signifikan antara Harga (X1) terhadap Keputusan Pembelian (Y). Mengingat koefisien bertanda positif mengindikasikan bahwa hubungan keduanya positif, Artinya semakin tinggi responden mepersepsikan Harga (X1) akan mengakibatkan semakin tinggi pula Keputusan Pembelian (Y), begitu juga sebaliknya.
2. Promosi (X2) berpengaruh secara parsial terhadap Keputusan Pembelian (Y) adalah diterima. Pengujian pengaruh antara Promosi (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y) diperoleh nilai koefisien sebesar 0,604 dengan nilai signifikansi sebesar 0,001, karena nilai signifikansi $< 0,05$ maka terdapat pengaruh yang signifikan antara Promosi (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y). Mengingat koefisien

bertanda positif mengindikasikan bahwa hubungan keduanya positif, Artinya semakin tinggi responden mepersepsikan Promosi (X2) akan mengakibatkan semakin tinggi pula Keputusan Pembelian (Y), begitu juga sebaliknya.

3. Pelayanan (X3) berpengaruh secara parsial terhadap Keputusan Pembelian (Y) adalah diterima. Pengujian pengaruh antara Pelayanan (X3) terhadap Keputusan Pembelian (Y) diperoleh nilai koefisien sebesar 0,417 dengan nilai signifikansi sebesar 0,024, karena nilai signifikansi < 0.05 maka terdapat pengaruh yang signifikan antara Pelayanan (X3) terhadap Keputusan Pembelian (Y). Mengingat koefisien bertanda positif mengindikasikan bahwa hubungan keduanya positif, Artinya semakin tinggi responden mepersepsikan Pelayanan (X3) akan mengakibatkan semakin tinggi pula Keputusan Pembelian (Y), begitu juga sebaliknya.
4. Harga (X1), Promosi (X2), dan Pelayanan (X3) berpengaruh secara simultan terhadap Keputusan Pembelian (Y) adalah diterima. Berdasarkan hasil Uji F tersebut, didapatkan nilai signifikansi sebesar 0,000 ($\alpha < 0,05$). Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Harga (X1), Promosi (X2), dan Pelayanan (X3) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel Keputusan Pembelian (Y).

B. Implikasi

1. Implikasi Teoritis

Harga secara parsial berpengaruh signifikan terhadap berpengaruh terhadap peningkatan keputusan pembelian pada Dealer Kembang Jawa Motor Trenggalek. Kotler (2012:268), Harga adalah semua nilai yang konsumen tukarkan dalam rangka mendapatkan manfaat dari memiliki atau menggunakan suatu barang ataupun jasa. Harga merupakan variabel yang dapat dikendalikan dan menentukan diterima atau tidaknya suatu produk oleh konsumen.

Promosi berpengaruh terhadap peningkatan keputusan pembelian pada Dealer Kembang Jawa Motor Trenggalek. Menurut Swastha (2011:83), menyatakan promosi adalah semua jenis kegiatan pemasaran yang ditujukan untuk mendorong permintaan. Promosi yang menarik dan lengkap akan membuat konsumen mengetahui secara detail tentang produk yang akan dibelinya yang pada akhirnya membuat konsumen merasa puas dengan barang yang dibelinya.

Pelayanan berpengaruh terhadap berpengaruh terhadap peningkatan keputusan pembelian pada Dealer Kembang Jawa Motor Trenggalek. Menurut Alma (2013:131), pelayanan konsumen adalah suatu perilaku yang ditunjukkan oleh si penjual sesuai dengan yang diinginkan oleh pembeli dalam rangka memuaskan kebutuhan dan keinginannya dealer Kembang Jawa Motor Trenggalek. Konsumen yang memperoleh kepuasan atas produk yang dibelinya cenderung akan

menjadi lebih berminat untuk melakukan pembelian ulang produk yang sama.

2. Implikasi Praktis

Implikasi praktis dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan input bagi manajemen khususnya mengenai determinan Harga, promosi dan pelayanan terhadap keputusan pembelian. Dengan menawarkan harga yang relatif murah, harga yang berinovasi sesuai kualitas produk, menawarkan produk sesuai manfaat yang dibutuhkan konsumen dan untuk menarik konsumen pun juga perlu adanya diskon atau bonus yang menarik serta pelayanan yang ramah. Sehingga konsumen akan cenderung mengambil keputusan untuk membeli produk di perusahaan ini. Konsumen juga puas dengan semua fasilitas bahkan pelayanan yang diberikan oleh perusahaan dan hal ini dapat meningkatkan keputusan pembelian.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan di atas, maka saran dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Bagi Dealer

Diharapkan pelaku bisnis lebih memperhatikan lagi hal-hal yang dapat meningkatkan pembelian.

b. Bagi Peneliti Selanjutnya

Bagi penelitian selanjutnya diharapkan memperbanyak variabel atau penggunaan variabel lain untuk mendapatkan temuan baru mengenai apa saja yang dapat meningkatkan keputusan kembelian.