

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan penelitian tentang pengaruh produk, harga, lokasi dan merek terhadap keputusan pembelian Sepeda Motor Honda Pada CV Safari Motor Plaza Baturaja maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:.

1. Terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel produk terhadap keputusan pembelian sepeda motor honda pada CV Safari Motor Plaza Baturaja. Hal ini dibuktikan dengan nilai t hitung lebih besar dari pada t tabel yaitu $2,055 > 1,662$ dengan tingkat signifikan $0,043 < 0,05$.
2. Terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel harga terhadap keputusan pembelian sepeda motor honda pada CV Safari Motor Plaza Baturaja. Hal ini dibuktikan dengan nilai t hitung lebih besar dari t tabel yaitu $1,673 > 1,662$ dengan tingkat signifikan $0,028 < 0,05$.
3. Terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel lokasi terhadap keputusan pembelian sepeda motor honda pada CV Safari Motor Plaza Baturaja. Hal ini dibuktikan dengan nilai t hitung lebih besar dari pada t tabel yaitu $1,719 > 1,662$ dengan tingkat signifikan $0,023 < 0,05$.
4. Terdapat pengaruh positif signifikan variabel merek terhadap keputusan pembelian sepeda motor honda pada CV Safari Motor Plaza Baturaja. Hal ini dibuktikan dengan nilai t hitung lebih besar dari t tabel yaitu $2,341 > 1,662$ dengan tingkat signifikan $0,022 < 0,05$.

5. Secara simultan ada pengaruh antara variabel produk, harga, lokasi, merek terhadap keputusan pembelian sepeda motor honda pada CV Safari Motor Plaza Baturaja. Hal ini dibuktikan dengan nilai. $F_{hitung} > F_{tabel} = 6,311 > 2,48$ serta tingkat signifikan tersebut lebih kecil dari 0,05

B. Saran

Saran yang bisa diberikan terkait penelitian ini antarlain:

1. Saran yang peneliti sampaikan bagi CV Safari Motor Plaza Baturaja dimasa mendatang disarankan untuk tetap memperhatikan variabel produk, harga, lokasi dan merek tersebut salah satunya dengan meningkatkan kualitas dari motor Honda tersebut menjadi lebih baik lagi agar CV Safari Motor dapat tetap bersaing dengan perusahaan otomotif lainnya.
2. Adapun saran peneliti bagi konsumen agar dapat semakin selektif dalam memilih jenis kendaraan. Pastikan konsumen mendapatkan yang terbaik dari perusahaan tersebut, dan kepuasan konsumen menjadi hal yang sangat dipertimbangkan oleh perusahaan sehingga akan menimbulkan keputusan pembelian dalam diri konsumen tersebut.
3. Bagi peneliti selanjutnya, peneliti selanjutnya juga bisa menggunakan variabel lain untuk mendapatkan hasil yang lebih baik lagi dan juga dapat memperluas pengetahuan penelitian ini.