

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan data yang didapatkan setelah diolah kembali, maka hasil penelitian tentang pengaruh keragaman produk, harga, dan promosi terhadap keputusan pembelian pada *Showroom* Dzeko Motor Pangkalan Baru Bangka Tengah, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Hasil penelitian deskriptif menunjukkan bahwa gambaran variabel tentang keragaman produk, harga, promosi dan keputusan pembelian pada *Showroom* Dzeko Motor termasuk dalam kategori tinggi dengan nilai harga keragaman produk 4, 22, harga 4, 27, promosi 4, 22, dan keputusan pembelian 4, 05
2. Hasil pengujian secara parsial menunjukkan bahwa variabel keragaman produk mempunyai nilai t_{hitung} sebesar $2,067 > t_{tabel}$ sebesar 1,992 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 atau $< 0,05$ maka keragaman produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian serta hasil analisis regresi berganda sebesar 0,320.
3. Hasil pengujian secara parsial menunjukkan bahwa variabel harga mempunyai nilai t_{hitung} sebesar $3,431 > t_{tabel}$ sebesar 1,992 dengan nilai signifikansi sebesar 0,001 atau $< 0,05$ maka harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian serta hasil analisis regresi berganda sebesar 0,655.

4. Hasil pengujian secara parsial menunjukkan bahwa variabel promosi mempunyai nilai t_{hitung} sebesar $8,681 > t_{tabel}$ sebesar $1,992$ dengan nilai signifikansi sebesar $0,000$ atau $< 0,05$ maka promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian serta hasil analisis regresi berganda sebesar $0,952$.
5. Hasil pengujian secara simultan menunjukkan bahwa keragaman produk, harga, dan promosi berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian, dengan hasil signifikansi $0,000$ dengan f_{hitung} sebesar $26,071$, sehingga semakin tinggi keragaman produk, harga, dan promosi akan mengakibatkan semakin tinggi pula keputusan pembelian pada *showroom* Dzeko Motor Pangkalan Baru Bangka Tengah.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah diperoleh dari hasil penelitian, maka ada beberapa saran yang penulis berikan agar dapat dijadikan bahan pertimbangan dalam menentukan kebijakan, yaitu antara lain :

1. Saran Untuk Penelitian Selanjutnya

Penelitian ini bisa dilakukan lagi menggunakan objek yang harus berbeda serta juga menggunakan butir pertanyaan yang berbeda pula pada kuesionernya. Pada penelitian berikutnya bisa digunakan untuk referensi dalam melakukan suatu penelitian yang berkaitan dengan keragaman produk, harga, promosi, dan keputusan pembelian karena R^2 pada penelitian ini sebesar $49,1\%$ serta masih tersisa $50,9\%$ variabel lain diluar penelitian ini yang masih bisa dikembangkan

untuk penelitian seperti variabel kualitas produk, kualitas pelayanan, serta yang lainnya yang bisa membuat penelitian menjadi lebih baik lagi.

2. Saran Yang Ditujukan Untuk *Showroom* Dzeko Motor

1. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel harga tergolong variabel yang tertinggi serta berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian unit di *Showroom* Dzeko Motor Pangkalan Baru Bangka Tengah. Harga di Dzeko Motor sudah cukup baik, dimana cukup sesuai dengan harga pasaran dan pesaing, namun tetap harus menjaga kualitas dan kedepannya semoga hal tersebut dapat terus dipertahankan dan menjadi lebih baik.
2. Berdasarkan hasil penelitian bahwa variabel keragaman produk tergolong variabel tertinggi setelah variabel harga serta berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Mengingat karakteristik dan selera konsumen yang berbeda Dzeko Motor harus terus memperbaiki variabel keragaman dimana saat ini perusahaan hanya menyediakan unit-unit dengan harga diatas 10 jutaan, padahal kebutuhan unit untuk angka dibawah itu sangat tinggi, kemudian ada baiknya perusahaan juga menyediakan unit sepeda motor baru, agar semua unit dengan kelas yang berbeda dapat konsumen dapatkan di Dzeko Motor.
3. Berdasarkan hasil penelitian bahwa variabel Promosi tergolong variabel tertinggi setelah variabel harga dan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Promosi berperan untuk menyampaikan suatu

pesan atau informasi akan produk perusahaan dan menarik minat konsumen untuk melakukan pembelian. Dzeko Motor perlu lebih konsisten dalam menampilkan promosi sehingga dapat menjangkau konsumen setiap waktu, selain itu perlu variasi dalam promosi seperti sesekali memberi bonus dan *Doorprize* supaya konsumen lebih ingat dan membagi pengalamannya kepada orang lain, dengan demikian akan meningkatkan loyalitas konsumen yang merupakan aspek penting agar konsumen tidak beralih ke produk pesaing.

