

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat diambil beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil analisis regresi nampak bahwa promosi dan pelayanan purna jual mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian sepeda motor merek Yamaha di CV. Roda Mas Motor Blitar. Hal ini bias dilihat dari hasil perhitungan pada tabel 4.9 diperoleh $144,754 > f\text{-tabel } 3,15$ sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis H_{a3} yang berbunyi: diduga ada pengaruh secara bersama-sama antara promosi dan pelayanan purna jual terhadap keputusan pembelian sepeda motor merek Yamaha di Cv. Roda Mas Motor Blitar.
2. Dari hasil olahan data regresi maka diperoleh hasil bahwa bahwa variabel yang paling dominan mempengaruhi keputusan pembelian sepeda motor merek Yamaha di CV. Roda mas Motor Blitar adalah promosi, hal ini dikarenakan untuk variabel promosi mempunyai nilai koefisien regresi 0,730 dan nilai t-hitung 10,553 jika dibandingkan dengan variabel pelayanan purna jual nilai koefisien regresi 0,338 dan t-hitung 4,190.
3. Nilai *adjusted* R^2 yang diberikan promosi dan pelayanan purna jual terhadap keputusan pembelian sepeda motor merek Yamaha di CV. Roda

Mas Motor Blitar sebesar 74,9% dan sisanya sebesar 25,1% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diungkap dalam penelitian ini.

B. Saran

1. Bagi CV. Roda Mas Motor Blitar : untuk promosi lebih diperhatikan karena variabel promosi mempunyai pengaruh paling besar dalam keputusan pembelian sepeda motor merek Yamaha di CV. Roda Mas Motor. Hendaknya promosi ditingkatkan dengan cara melakukan inovasi baru dalam promosi yang lebih komunikatif agar mampu membujuk, mempengaruhi konsumen. Misalnya saja dengan melakukan pendekatan ke rumah-rumah lebih intensif, membuat brosur yang isinya tentang keunggulan dan varian produk sepeda motor dengan dengan bahasa yang mudah dipahami dan menarik.
2. Untuk pelayanan purna jual juga perlu diperhatikan, disarankan agar produsen memperhatikan mengenai kualitas sepeda motor, ketersediaan spareparts yang asli, pemberian garansi, servis yang baik, pemberian informasi yang dibutuhkan oleh konsumen serta pengiriman seped motor yang cepat setelah administrasi terpenuhi.
3. Diharapkan penelitian ini dapat digunakan sebagai acuan bagi penelitian selanjutnya dengan variabel yang lain.