

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **V.1 Kesimpulan**

Berdasarkan penelitian yang sudah dilakukan serta dianalisis dan juga berdasarkan dengan data yang telah diolah dengan menggunakan PLS (Partial Least Square) mengenai kualitas produk, harga, promosi penjualan, dan keputusan pembelian *scooter classic* pada Scootereast Jakarta, maka memperoleh kesimpulan sebagai:

- a. Berdasarkan hasil penelitian ini dinyatakan bahwa kualitas produk tidak memiliki pengaruh signifikan pada keputusan pembelian pada konsumen Scootereast Jakarta, yang mana artinya kualitas produk *scooter classic* Scootereast Jakarta masih tidak dapat memicu keputusan pembelian, dikarenakan kinerja, fitur, ketahanan dan estetika, tidak dapat memicu keputusan pembelian pada konsumen Scootereast Jakarta. Sehingga hasil untuk variable promosi penjualan tidak sejalan dengan hipotesis, karena berdasarkan hipotesis yang telah dibuat kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian.
- b. Berdasarkan hasil penelitian ini dinyatakan bahwa harga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian, yang mana artinya harga pada Scootereast Jakarta masih dapat mempengaruhi keputusan pembelian. Dikarenakan jangkauan harga, kesesuaian harga dengan manfaat produk, kesesuaian harga dengan kualitas produk, dan daya saing harga, dapat memicu keputusan pembelian pada konsumen Scootereast Jakarta. Sehingga hasil untuk variable harga selaras dengan hipotesis, yaitu harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian.
- c. Berdasarkan hasil penelitian ini dinyatakan bahwa promosi penjualan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian, yang mana artinya promosi penjualan pada Scootereast Jakarta masih dapat mempengaruhi keputusan pembelian. Dikarenakan kontes, permainan atau undian, lotere, premi atau hadiah, kupon, dan diskon, dapat memicu keputusan pembelian pada konsumen Scootereast Jakarta. Sehingga hasil

**Axel P.P Tambunan, 2022**

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN PROMOSI PENJUALAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SCOOTER CLASSIC (Studi Kasus UMKM Scootereast Jakarta)**

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, S1 Manajemen

[[www.upnvj.ac.id](http://www.upnvj.ac.id) - [www.library.upnvj.ac.id](http://www.library.upnvj.ac.id) - [www.repository.upnvj.ac.id](http://www.repository.upnvj.ac.id)]

untuk variable promosi penjualan selaras dengan hipotesis, yaitu promosi penjualan berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

## V.2 Saran

Dari hasil pembahasan dan kesimpulan pada penelitian ini, maka ada saran untuk pihak perusahaan dan peneliti selanjutnya yaitu sebagai berikut:

a. Saran bagi pihak perusahaan

UMKM Scootereast Jakarta harus selalu berusaha untuk menjadi yang terbaik dalam industri jual beli scooter classic dan juga jasa servicenya. Disamping itu, Scootereast Jakarta juga harus dapat lebih memperhatikan dalam segi penetapan harga produk yang dijualnya, karena berdasarkan riset ini harga dapat mempengaruhi keputusan pembelian seorang konsumen terhadap produknya khususnya dalam kasus ini adalah scooter classic. Dan juga untuk mempertahankan konsumen lama ataupun menarik perhatian konsumen baru Scootereast Jakarta harus lebih sering mengadakan Promosi Penjualan, dengan begitu maka baik konsumen baru atau lama menjadi senang untuk melakukan pembelian di Scooterast Jakarta karena Promosi Penjualan juga memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian. Dengan memperhatikan hal-hal tersebut diharapkan Scootereast Jakarta akan tumbuh dan berkembang sebagai UMKM yang unggul dibandingkan pesaingnya.

b. Saran bagi peneliti selanjutnya

Diharapkan untuk peneliti selanjutnya mampu melakukan penelitian yang lebih spesifik dan lebih merinci apabila menggunakan variabel seperti penelitian ini. Lalu peneliti selanjutnya bisa memberikan tambahan pada variabel-variabel lainnya dan juga dalam pemilihan hal yang akan diteliti, disarankan peneliti memilih perusahaan atau bisnis yang belum tumbuh besar, karena mereka lebih membutuhkan hasil penelitian yang kita lakukan sebagai acuan untuk membesarkan perusahaan atau bisnisnya daripada perusahaan atau bisnis yang sudah tergolong besar.