

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

V.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian pada Suzuki Ertiga dapat dikemukakan beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Model regresi linier berganda yang dihasilkan adalah $\hat{Y} = -2,198 + 0,373X_1 + 0,353X_2$. Nilai konstanta = -2,198 memberi arti bahwa keputusan pembelian akan bernilai -2,198 jika seluruh variabel bebas memiliki nilai 0 atau jika tidak ada kenaikan nilai dari variabel bebas. Hal ini tidak dimungkinkan karena tidaklah mungkin keputusan pembelian bernilai negatif. Koefisien harga sebesar 0,373 memberi arti bahwa setiap penambahan satu nilai pada variabel harga akan memberikan kenaikan skor sebesar 0.373 kali. Koefisien variabel kualitas produk sebesar 0.353 memberi arti bahwa setiap penambahan satu nilai pada variabel harga akan memberikan kenaikan skor sebesar 0,353 kali.
2. Secara parsial harga dan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Suzuki Ertiga.
3. Berdasarkan uji F menunjukkan bahwa harga dan kualitas produk berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian Suzuki Ertiga
4. Berdasarkan nilai determinasi *R square* yang diperoleh yaitu sebesar 0,816 memberikan arti bahwa harga dan kualitas produk memberikan sumbangan sebesar 81,6% Dan sisanya 18,4% dipengaruhi variabel lain.

V.2. Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan dapat dikemukakan beberapa saran-saran, mungkin berguna bagi perusahaan sebagai masukan-masukan untuk kemajuan perusahaan. Adapun saran-saran yang dapat dikemukakan antara lain adalah sebagai berikut :

1. Harga yang diberikan perusahaan cukup baik, akan tetapi perlu adanya peningkatan terutama mengenai penetapan harga menurut tingkat sasaran, penetapan harga menurut pandangan konsumen dan penetapan harga berdasarkan harga pasar sehingga tujuan perusahaan dapat terpenuhi.
2. Kualitas produk perusahaan cukup baik, tetapi harus lebih dikembangkan lagi produk atau type maupun desain produk tersebut, sehingga dengan adanya desain produk baru tersebut konsumen merasa terpuaskan, sehingga cita-cita perusahaan dapat terpenuhi.
3. Faktor-faktor lain yang mempengaruhi keputusan pembelian selain harga dan kualitas produk juga perlu mendapatkan perhatian dari pihak manajemen perusahaan seperti marketing plan, pengembangan produk dan analisis pasar dan lain-lain. Dengan perhatian yang lebih komplek terhadap faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian.

