

## **BAB V**

### **SIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1. Simpulan**

Berdasarkan hasil penelitian diperoleh persamaan regresi  $= 7,316 + 0,504X$  yang berarti setiap terjadi perubahan pada sebesar 0,504 atau 50,4% satuan pada keputusan pembelian dalam hal ini terdapat pengaruh antara variabel X (bauran promosi) terhadap variabel Y (Keputusan pembelian) Motor Suzuki di PT. Sinar Galesong Pratama Kota Gorontalo yaitu sebesar 0,546 atau 54,6% dan sisanya 0,454 atau 45,4% dipengaruhi oleh variabel lain yang berada di luar penelitian ini antara lain yaitu; kualitas produk, dan kualitas pelayanan.

#### **5.2. Saran**

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan, keterbatasan dan simpulan pada akhirnya peneliti merekomendasikan beberapa hal yang perlu dicermati pihak yang terkait dengan penelitian ini antara lain:

1. Bagi PT. Sinar Galesong Pratama Kota Gorontalo harus lebih meningkatkan program bauran promosi agar kegiatan promosi yang dilakukan lebih efektif, karena promosi berfungsi untuk mempengaruhi sikap dan kesukaan konsumen dalam memilih produk, serta untuk memotivasi konsumen dalam mengambil tindakan positif yaitu melakukan keputusan pembelian terhadap produk yang ditawarkan, dan mampu memperbaiki beberapa kekurangan yang sesuai dengan fakta yang ditemui dilapangan dalam hal mempertahankan dan meningkatkan keputusan pembelian yaitu kualitas

produk baik dari segi desain motif dan warna, kualitas pelayanan perusahaan terhadap konsumen terutama bagi konsumen yang melakukan service kendaraan.

2. Bagi perusahaan swasta lainnya yang sejenis dapat mengadopsi strategi ini dalam rangka memotivasi konsumen untuk melakukan keputusan pembelian suatu produk, demi peningkatan penjualan.
3. Diharapkan peneliti selanjutnya dapat mengembangkan hasil penelitian ini dengan menambahkan beberapa variabel yang lain.