

## **BAB V**

### **SIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1. Simpulan**

Berdasarkan hasil analisis, maka penelitian mengenai pengaruh bauran pemasaran / marketing mix terhadap keputusan pembelian sepeda motor suzuki pada PT. Sinar Galesong Kota Gorontalo dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Peningkatan keputusan pembelian konsumen melalui strategi bauran pemasaran / marketing pada PT. Sinar Galesong Kota Gorontalo secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumennya.
2. Bauran pemasaran / marketing mix secara efektif dan efisien mempunyai hubungan yang nyata terhadap keputusan pembelian konsumen. Hal ini dinyatakan dengan persamaan regresi. Selanjutnya dalam perhitungan koefisien determinasi menunjukkan bahwa sebesar 26,9 % variabilitas mengenai keputusan konsumen terhadap PT. Sinar Galesong Kota Gorontalo dapat diterangkan oleh strategi bauran pemasaran / marketing mix yang diterapkan, sedangkan sisanya sebesar 73,1 % dipengaruhi oleh variabel lain.

#### **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 Kota Gorontalo yang melaksanakan strategi dalam rangka meningkatkan minat konsumen melalui strategi bauran

pemasaran / marketing mix diharapkan terus melaksanakan strategi tersebut dengan memperbaiki beberapa kekurangan antara lain: pelayanan terhadap konsumen yang lebih efisien dan teratur.

2. Bagi perusahaan yang sejenis dapat mengadopsi strategi ini dalam rangka peningkatan volume penjualan yang dimulai dari minat beli konsumen sendiri demi kemajuan bersama dan mendukung kemajuan daerah.
3. Diharapkan peneliti selanjutnya dapat mengembangkan hasil penelitian ini dengan menambahkan beberapa variabel yang lain.