

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Instrumen yang digunakan yang berisi pernyataan-pernyataan yang mewakili variabel kualitas pelayanan dan Keputusan pembelian sepeda motor YAMAHA sebagai variabel yang diteliti yang disusun melalui kuisioner mendapatkan tanggapan yang cukup “baik” dari responden/ sepeda motor YAMAHA, yang hal tersebut menunjukkan bahwa desain kualitas pelayanan yang dilaksanakan oleh PT. Hasjrat Abadi Cab. Pohuwato, dan keputusan pembelian sepeda motor YAMAHA untuk membeli sepeda motor Yamaha di PT. Hasjrat Abadi Cab. Pohuwato dalam taraf yang “baik”, namun belum dapat dikatakan sesuai dengan harapan mengingat masih banyak faktor lainnya yang menentukan.
2. Hasil analisis penelitian melalui analisis regresi menyatakan bahwa Variabel kualitas pelayanan di PT. Hasjrat Abadi Pohuwato memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian sepeda motor YAMAHA untuk membeli sepeda motor Yamaha merujuk pada persamaan regresi yang diperoleh dan hasil pengujian uji t.
3. Hasil uji determinasi menjelaskan bahwa kualitas pelayanan di PT. Hasjrat Abadi Cab. Pohuwato memiliki pengaruh sebesar 22,5%

terhadap Keputusan pembelian sepeda motor YAMAHA di PT. Hasjrat Abad Cab. Pohuwato. Hal tersebut menunjukkan bahwa pengaruh yang diberikan kualitas pelayanan masih sangat kecil walaupun antar variabel tersebut memiliki pengaruh. Sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat faktor-faktor lain yang cukup besar untuk mempengaruhi keputusan pembelian motor Yamaha di PT. Hasjrat abadi Cab. Pohuwato seperti produk, promosi, harga, dan faktor-faktor lainnya.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian, peneliti menyarankan:

1. Agar PT. Hasjrat Abad Cab. Pohuwato serta pihak lainnya yang berkecimpung dalam perusahaan dealer sepeda motor, dapat mempertimbangkan setiap kebijakan dan kegiatan penjualan sepeda motor khususnya dalam hal kualitas pelayanan yang diberikan kepada sepeda motor YAMAHA, sehingga kedepannya lebih dapat memberikan dampak nyata bagi sepeda motor YAMAHA terkait kebutuhan akan pelayanan yang diberikan.
2. Agar penelitian ini dapat berguna sebagai bahan informasi dan referensi baik oleh perusahaan, akademisi, maupun peneliti lainnya yang akan membahas tentang kualitas pelayanan dan keputusan pembelian sepeda motor YAMAHA.

3. Agar penelitian ini dapat dijadikan acuan/ referensi bagi PT. Hasjrat Abadi Cab. Pohuwato dalam mengambil kebijakan mengenai kegiatan pemasaran khususnya dalam hal pemberian pelayanan yang berkualitas kepada sepeda motor YAMAHA.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto Suharsimi, 2006 *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta
Rineka cipta.
- Basu Swasta & Ibnu Sukadjo, *Pengantar Bisnis Modern*, Edisi Ketiga, Yogyakarta.
- Imam Ghozali, 2009, *Analisis Multivariate dengan program SPSS*, Badan
Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Ghozali, Imam. 2005. *Aplikasi Analisis Multivariat dengan program SPSS*, Badan
Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang
- Griffin, Jill. 2005. *Customer Loyalty*. Edisi Revisi. Alih Bahasa oleh Dwi Kartini
Yahya. Jakarta: PT. Gelora Aksara Pratama.
- Griffin, Jill. 2002 *Customer Loyalty How To Earn It, How To keep It*, McGraw Hill
- Kotler, Phillip dan Gary Amstrong. 1994. *Dasar-dasar Pemasaran, Edisi Ke
enam, Jilid 1*. Jakarta: Intermedia.
- Kotler, Philip . 1997. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- _____ . 2001. *Prinsip-Prinsip Pemasaran Jilid 2 Edisi 8*. Jakarta: Erlangga.
- _____ . 2006. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Phillip. 2007. *Dasar-dasar Pemasaran*. Jakarta: PT Indeks.
- Kotler, philip dan kevin lane keller, 2007. *Marketing Management*, 12th
Edition, prentice-hall, Inc, New Jersey.
- Kotler, Philp, 2008. *Principles of Marketing*. 12 Edition. Pearson Education.
- Kotler, philip, and Amstrong, Gary, 2008, *Perilaku Konsumen*, Jilid kedua, Edisi
Kedua Belas, Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip dan Kevin Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran edisi 13 Jilid 2*.
Jakarta: Erlangga
- Mullins, J, Walker, O,C, Boyd, H, W, and Larreche, J,C, (2005), *Marketing
Management: A Strategic Decision – Making Approach*, McGraw - Hill,
New York
- Peter dan Olson. 2008 “consumer Behavior”. Jakarta Erlangga.

- Stanton, William, J. 2009. Prinsip Pemasaran. Jilid 1. Jakarta
- Schiffman, Leon G. & Leslie Lazar Kanuk, 2000, "*Consumer Behavior*," 7th Edition, Prentice Hall, United States.
- Sugiyono, 2006. *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- _____ 2007. *Metode Penelitian kuantitatif, kualitatif dan R & D* alfabet, Bandung
- Supranto. 2002. "Metode Riset, Aplikasinya Dalam Pemasaran". Jakarta Rineka Cipta.
- Suyaka, Ferdy, Fahdrian, 2010, *Analisa Atribut*,\ Fakultas Ekonomi, Universitas Indonesia
- Tjiptono, Fandy, 2002, *Prinsip-Prinsip Total Quality Service*, Penerbit Andi, Yogyakarta
- Tjiptono, fandi. 2000. *perspektif Manajemen dan Pemasaran Kontemporer*. ANDI Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy. 2002. *Strategi Pemasaran edisi 2*, cetakan ke lima. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, Fandy, dan, Candra, Gregorius, (2005), *Service Quality Satisfaction*, Andi Yogyakarta, Yogyakarta.
- Yamit, Zulian. 2004. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat 4.