

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh positif dan signifikan secara parsial dari variabel produk terhadap keputusan pembelian sepeda motor Suzuki. Hal ini ditunjukkan adalah indikator produk, semakin baik produk yang dipersepsikan oleh pelanggan maka keputusan pembelian juga semakin meningkat.
2. Terdapat pengaruh positif dan signifikan secara parsial dari variabel harga terhadap keputusan pembelian sepeda motor Suzuki. Hal ini ditunjukkan adalah indikator harga, jika harga yang ditawarkan tinggi maka tingkat keputusan konsumen akan semakin sedikit.
3. Terdapat pengaruh negatif dan tidak signifikan secara parsial dari variabel tempat terhadap keputusan pembelian motor Suzuki. Hal ini ditunjukkan adalah indikator tempat, persediaan yang masih kurang, pelayanan dalam pengantaran jasa transportasi ke konsumen yang masih kurang efektif. Jika pendistribusian kurang baik maka kepuasan konsumenpun akan berkurang,
4. Terdapat pengaruh positif dan signifikan secara parsial dari variabel promosi terhadap keputusan pembelian sepeda motor Suzuki. Hal ini ditunjukkan adalah indikator promosi, jika image hubmas yang diberikan oleh perusahaan semakin baik maka konsumen akan tertarik pada keputusan pembelian motor Suzuki.
5. Terdapat pengaruh positif dan signifikan secara simultan dari Bauran pemasaran terhadap keputusan pembelian sepeda motor Suzuki pada PT.Sinar Galesong Mandiri Gorontalo.

5.2 Saran

1. Bagi perusahaan PT.Sinar Galesong Mandiri Gorontalo agar lebih meningkatkan lagi kualitas dari produk, harga yang sesuai dengan produk motor Suzuki yang ditawarkan, persediaan yang memadai, pendistribusian dengan menyediakan transportasi jasa untuk mengantarkan motor suzuki lebih efektif dan sesuai waktu yang ditentukan agar konsumen merasa puas dan promosi dalam menciptakan image baik agar hubungan masyarakat terjalin dengan baik.
2. Bagi PT.Sinar Galesong Mandiri Gorontalo agar lebih baik dalam melaksanakan kegiatan perusahaan dengan menggunakan bauran pemasaran dengan sebaik mungkin memperbaiki beberapa kekurangan, yakni tempat bahwa indikator dalam penelitian ini persediaan dan transportasi perlu ditingkatkan lagi agar meningkatnya keputusan pembelian dalam motor Suzuki pada PT.Sinar Galesong Mandiri.
3. Bagi perusahaan yang sejenis dapat mengadopsi strategi yang dikembangkan dalam rangka peningkatan volume penjualan yang dimulai dari minat beli konsumen demi kemajuan bersama.
4. Diharapkan peneliti selanjutnya dapat mengembangkan hasil penelitian ini dengan menambahkan variabel yang lain, misalnya perilaku konsumen, minat pembelian,kualitas layanan, gaya hidup.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari. 2007. *"Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa"*. Bandung: Alfabeta
-2010. *"Pengantar Bisnis"*. Edisi Revisi. Cetakan Keempat belas. Bandung: Alfabeta
- Christian A.D Selang. 2013 "Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*) Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Fresh Mart Bahu Mall Manado". Jurnal. Universitas Sam Ratulangi Manado
- Fandy, Tjiptono. 2008. *"Strategi Pemasaran"*. Edisi 3: penerbit Andi
- Ghozali, Imam. 2001. *Aplikasi Multivariate Dengan Program Spss*. Semarang, Badan Penerbit Universitas diponegoro
- Ikmin Hambali (2015). *"Pengaruh Marketing Mix Strategy terhadap keputusan pembelian pada Distro. Skripsi, Universitas Negeri Gorontalo.*
- Jhon, Prasetijo Ristiyanti (2005). *"Perilaku konsumen"*. Yogyakarta: andi offsest
- Kotler P dan Amstrong G.2008. *"Prinsip-Prinsip Pemasaran"*. Edisi 12. Jilid satu: Erlangga
-2008. *"Prinsip-Prinsip Pemasaran"*. Edisi 12. Jilid dua : Erlangga
- Kotler. Philip. 2005. *"Manajemen Pemasaran"*. Jilid 1 Edisi 11. Jakarta: Indeks
- Kotler Philip dan Keller K Lane. 2007. *"Manajemen Pemasaran"*. Jilid satu, Edisi 12, : Indeks
-2008. *"Manajemen Pemasaran"*. Jilid Dua, Edisi 13, : Indeks
-2009. *"Manajemen Pemasaran"*. Jilid Satu, Edisi 13, : Indeks
- Mursid (2006). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Bumi Aksara
- Sugiyono (2013). *"Metode Penelitian Pendidikan"*. Bandung: Alfabeta
-(2014). *Metode Penelitian Kualitatif Kuantitatif dan Kombinasi (Mixed Mehods)*. Bandung: Alfabeta
- Tri Yuniati, Puryono (2014). *"Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian Pada Ud Glagah Wangi Di Magetan"*. Jurnal. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya

Wahju Wulandari (2012). “ *Pengaruh Marketing Mix terhadap keputusan pembelian pada waserda ukm mart koperasi karyawan widyagama malang*”.*Jurnal*. Universitas Widyagama Malang

Umar H. (2003). “*Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*”. Jakarta: Salemba Empat.

.....2005. *Metode Riset Bisnis*. Penerbit PT. Gramedia Pustaka Umum. Jakarta: Salemba Empat.