

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan pada Sepeda Motor Honda, dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil uji parsial dapat diketahui Variabel Promosi (X_1) diperoleh $t = 7,631$ lebih besar dari $t_{tabel} 1.984$ dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, jadi terdapat pengaruh pada Promosi (X_1) terhadap Keputusan Pembelian (Y).
2. Berdasarkan Uji Parsial Variabel Harga (X_2) $t_{hitung} = 7,321$ lebih besar dari $t_{tabel} = 1,984$ dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, jadi terdapat pengaruh Harga (X_2) terhadap Keputusan Pembelian (Y).
3. Berikutnya, berdasarkan hasil Uji ANOVA atau $F = 129,906$ lebih besar dari $F_{tabel} 3,089$ dan $Sig. (p) = 0,000$, dimana $p < 0,05$ dapat disimpulkan bahwa H_0 : ditolak dan H_a : diterima. Jadi, terdapat pengaruh yang signifikan dari Promosi (X_1) dan Harga (X_2) Keputusan Pembelian (Y).

Dapat diketahui Sepeda Motor Honda dapat dipengaruhi oleh Promosi dan Harga sebesar 72,8%. Sementara sisanya sebesar 27,8% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

B. Saran

A. Adapun saran yang diberikan peneliti berdasarkan kesimpulan di atas adalah :

Berdasarkan analisa data dan pembahasan pada bab sebelumnya, maka saran yang dapat disampaikan sebagai berikut:

1. Bagi perusahaan
 - a. Tentunya diharapkan perusahaan mempertahankan dan meningkatkan promosi (X_1) dalam memasarkan produknya kepada konsumen dan dapat bersaing dengan perusahaan lain. Terbukti variabel promosi (X_1) berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y) 49,2%.
 - b. Tentunya diharapkan agar memperhatikan harga (X_2) dalam memasarkan produknya kepada konsumen. Terbukti variabel harga (X_2) berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y) sebesar 47,2%.
 - c. Tentunya diharapkan agar tetap mempertahankan dan meningkatkan promosi (X_1) dan memperhatikan harga (X_2) dalam memasarkan produknya. Terbukti variabel promosi (X_1) dan harga (X_2) secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y) sebesar 72,8%.
2. Bagi pihak lain yang ingin melakukan penelitian dengan objek-objek yang serupa, tentunya disarankan untuk meneliti variabel-variabel

lain selain promosi dan harga. Karena penelitian ini diketahui 26,6% masih ada faktor-faktor lain yang mempengaruhi Kinerja Karyawan.

3. Bagi akademis, penelitian ini dapat menjadi acuan referensi bagi mahasiswa/I yang akan melakukan penelitian atau menyelesaikan tugas akhir.