

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan perumusan masalah penelitian yang diajukan dan berdasarkan analisis data yang telah dilakukan, serta pembahasan yang telah dikemukakan, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut;

1. Produk memiliki berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen di PT. Lautan Berlian Motor Kota Metro. Artinya, semakin baik kualitas produk yang diberikan perusahaan maka akan meningkat pula daya beli konsumen.
2. Harga memiliki berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen di PT. Lautan Berlian Motor Kota Metro. Artinya, semakin sesuai dan terjangkau harga yang diberikan perusahaan akan mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.
3. Lokasi memiliki berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen di PT. Lautan Berlian Motor Kota Metro. Artinya, semakin strategis lokasi, maka kualitas kenyamanan serta fasilitas yang lengkap disuatu perusahaan akan mempengaruhi keputusan pembelian.
4. Promosi memiliki berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen di PT. Lautan Berlian Motor Kota Metro. Artinya, promosi yang dilakukan secara baik dan benar maka akan mempengaruhi konsumen dalam melakukan keputusan pembelian.
5. Bauran pemasaran yang terdiri dari produk, harga, lokasi, dan promosi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen di PT. Lautan Berlian Motor Kota Metro.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diuraikan dan kesimpulan yang telah diperoleh. Penulis mengajukan beberapa saran yang diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi manajemen PT. Lautan Berlian Motor Kota Metro, yaitu:

1. Pada dimensi produk, indikator yang memperoleh skor terendah ialah merek spare part Shockbraker Mitsubishi telah di kenal sejak lama. Oleh karena itu, perusahaan harus membuat inovasi baru terhadap spare part Shockbraker dengan kualitas yang lebih baik, hal ini guna untuk mengoptimalkan kepuasan konsumen.
2. Pada dimensi harga, indikator yang memperoleh skor terendah ialah harga spare part Shockbraker Mitsubishi sesuai dengan harga yang harus dibayar kekasir. Oleh karena itu perusahaan harus memerhatikan kesesuaian harga dengan produk yang di berikan. Perusahaan juga dapat memberikan diskon atau promo kepada konsumen agar konsumen merasa puas.
3. Untuk lokasi PT. Lautan Berlian Motor Kota Metro sangat strategis untuk dikunjungi. Hanya saja penataan parkir di PT. Lautan Berlian Kota Metro menyulitkan konsumen ketika keluar masuk di area parkir. Oleh karena itu, oleh karena itu perusahaan perlu memerhatikan tingkat kamanan konsumen dalam segi aspek keselamatan konsumen diwaktu mendatangi dealer Mitsubishi, agar konsumen tidak mengalami insiden yang bisa merugikan konsumen. Hal ini dikarenakan letak pintu masuk dan keluar PT. Lautan Berlian Kota Metro hanya memiliki satu pintu gerbang.
4. Pada dimensi promosi, indikator yang memperoleh skor terendah ialah konsumen tidak pernah mendapatkan hadiah atau bonus ketika

membeli spare part Shockbraker Mitsubishi. Oleh karena itu, perusahaan disetiap periklanan spare part Shockbraker Mitshubishi harusnya meberikan diskon atau promo yang dapat menarik konsumen, bukan hanya dari segi kualitasnya saja. Supaya konsumen lebih memilih spare part Shockbraker Mitshubishi ketimbang dengan membeli spare part Shockbraker dengan dengan merek yang lain.

5. Pada dimensi keputusan pembelian, indikator yang memperoleh skor terendah ialah ketika ada kerusakan Shockbraker, konsumen akan memilih spare part Shockbraker Mitshubishi di Pt. Lautan Berlian Kota Metro. Oleh karena itu, perusahaan perlu melihat kebutuhan konsumen tidak hanya dari segi produk yang ditawarkan saja. Tetapi perusahaan melihat dari kepercayaan konsumen terhadap kualitas produk dan kenyamanan yang membuat konsumen untuk datang kembali untuk menggunakan spare part Shockbraker Mitshubishi.