

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti melalui metode pembagian kuisioner kepada konsumen bengkel pada bengkel Astra Honda Mandiri Motor di Pace kabupaten Nganjuk, pengolahan data menggunakan SPSS 22 dan analisis data. Peneliti mengambil kesimpulan sesuai rumusan masalah, tujuan penelitian, dan hasil pengolahan data yang terkumpul sebagai berikut:

1. Berdasarkan analisis data penelitian menyatakan harga bengkel Astra Honda Mandiri Motor termasuk kategori cukup murah. Hal ini dibuktikan dari 50,43% responden memberi skor respons cukup murah.
2. Berdasarkan analisis data penelitian menyatakan kualitas pelayanan di bengkel Astra Honda Mandiri Motor termasuk kategori baik. Hal ini dibuktikan dari 78,53% memberi respon baik.
3. Berdasarkan analisis data penelitian menyatakan keputusan pembelian konsumen di bengkel Astra Honda Mandiri Motor termasuk kategori baik. Hal ini dibuktikan 79,94% memberi respon baik.
4. Berdasarkan data hasil penelitian yang diperoleh, variabel harga (X1) berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y) bengkel Astra Honda Mandiri Motor. Hal tersebut dibuktikan dengan nilai korelasi variabel harga yang menunjukkan nilai 0,405 dengan nilai sig (2 tailed) 0,000 dan nilai person corelation berada diantara interval 0,40 - 0,599 yang artinya variabel harga mempunyai korelasi yang cukup kuat. Sedangkan pada variabel harga

diketahui $t_{hitung} = 3,942$, maka $t_{hitung} = 3,942 > t_{tabel} = 1,966$ dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Jadi kesimpulannya yaitu adanya pengaruh signifikan antara harga dengan keputusan pembelian pada bengkel Astra Honda Mandiri Motor di Pace kabupaten Nganjuk.

5. Berdasarkan data hasil penelitian yang diperoleh, variabel pelayanan (X_2) berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y) bengkel Astra Honda Mandiri Motor dalam kategori baik.. Hal tersebut dibuktikan dengan nilai korelasi yang menunjukkan nilai sebesar 0,658 dengan nilai sig (2 tailed) 0,000 dan nilai *person correlation* berada diantara 0,60 – 0,799 yang artinya variabel pelayanan mempunyai korelasi yang kuat. Sedangkan pada variabel pelayanan diketahui $t_{hitung} = 13,693$, maka $t_{hitung} = 13,693 > t_{tabel} = 1,966$ dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Jadi kesimpulannya yaitu adanya pengaruh signifikan antara pelayanan dengan keputusan pembelian pada bengkel Astra Honda Mandiri Motor.
6. Berdasarkan hasil analisis data yang diperoleh menunjukan variabel harga (X_1) dan kualitas pelayanan (X_2) saling berhubungan terhadap variabel keputusan pembelian konsumen (Y), Temuan uji F, yang menghasilkan nilai signifikansi F sebesar $0,000 < 0,05$, memberikan bukti untuk hal ini. Analisis regresi linier berganda menghasilkan persamaan berikut: $Y = 14,285 + 0,086 X_1 + 0,600 X_2$. Temuan uji determinasi (R^2) menghasilkan 0,455. Hal ini menunjukkan bahwa 45,5% keputusan pembelian konsumen dipengaruhi oleh harga dan kualitas pelayanan. Sementara faktor lain yang tidak tercakup dalam penelitian ini berdampak 54,5% pada variabel selain harga dan kualitas pelayanan seperti promosi, orang, proses, tempat dan bukti fisik.

B. Saran

Mengacu pada temuan yang didapat, peneliti memiliki saran antara lain :

1. Bagi Bengkel Astra Honda Mandiri Motor

Sesuai dengan temuan penelitian telah membuktikan harga dan kualitas pelayanan mampu memberikan pengaruh pada keputusan pembelian, maka peneliti berharap bahwa pihak bengkel Astra Honda Mandiri Motor tetap menjaga harga dan kualitas pelayanan yang sesuai, agar konsumen meningkat.

2. Bagi Akademik

Agar bisa dijadikan referensi dan sumber informasi mengenai harga dan kualitas pelayanan sebagai salah satu unsur yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

3. Bagi peneliti berikutnya

Untuk peneliti berikutnya, ada peluang untuk melanjutkan penelitian ini dengan mengeksplorasi faktor-faktor tambahan yang mungkin berperan dalam proses pembelian, mengingat kontribusi harga dan kualitas pelayanan yang mencapai 45,5% terhadap keputusan pembelian. Ini menunjukkan masih ada variabel lain yang dapat memiliki dampak signifikan pada keputusan pembelian. Oleh karena itu, peneliti di masa depan diharapkan dapat memperluas cakupan sampel agar dapat menyajikan penelitian yang lebih komprehensif dan relevan.