

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka diperoleh berupa deskriptif dan kausal. Berikut adalah beberapa kesimpulan:

1. Kualitas mobil bekas yang dijual oleh Melaju Raya Rizky Motor yang dinilai melalui delapan dimensi seperti mesin, keabsahan surat-surat, badan mobil, fitur mobil, kehandalan mesin, garansi dan lain sebagainya dinilai positif oleh konsumen, konsumen merasa puas akan kualitas produk yang diberikan oleh Melaju Raya Rizky Motor. Sedangkan untuk harga di Melaju Raya Rizky Motor, penetapan harga yang dilakukan Melaju Raya Rizky Motor masih berdasarkan jenis mobil, tahun, warna, pajak dan tipe mobil. Berdasarkan penetapan harga tersebut, konsumen dapat menentukan mobil bekas apa yang akan dibelinya sesuai dengan daya beli dan kebutuhannya.
2. Nilai t hitung pada variabel Kualitas produk (X_1) adalah sebesar 5,114 dengan tingkat signifikansi 0,000. Karena $0,000 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas produk mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel keputusan pembelian. Kualitas produk yang ditawarkan dapat mempengaruhi konsumen untuk membeli mobil bekas di Melaju Raya Rizky Motor.
3. Nilai t hitung pada variabel harga (X_2) adalah sebesar 3,995 dengan tingkat

signifikansi 0,000. Karena $0,000 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Maka dapat disimpulkan bahwa harga mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian.

4. Kualitas produk (X_1) dan harga (X_2) secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y). kualitas produk dan Harga berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian sebesar 34,5%. Sedangkan sisanya 65,5% dipengaruhi atau dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini. Koefisien dari kedua variabel Kualitas produk dan Harga bernilai positif artinya terjadi pengaruh positif antara Kualitas produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian.

5.2 Saran

Atas dasar hasil analisis deskriptif pada bab IV, maka peneliti mencoba memberikan saran. Adapun saran operasional untuk kepentingan bisnis adalah sebagai berikut:

1. Meningkatkan kualitas mobil dalam fitur mobil seperti kelengkapan aksesoris mobil yang masih berfungsi dengan normal dan tambahan aksesoris diluar standar pabrik karena dengan normalnya fungsi fitur-fitur mobil dan tambahan aksesoris yang membuat mobil tampak indah dapat meningkatkan harga jual mobil tersebut.
2. Meningkatkan kualitas mobil dalam kehandalan kondisi mesin mobil dan melengkapi mobil dengan adanya buku *service record* mobil untuk mengetahui bahwa mobil yang dijual terawat sesuai standar pabrik.

3. Menetapkan standar harga mobil yang sesuai dengan harga pasaran dan kondisi mobil yang dijual, penetapan yang sesuai dapat menaikkan citra positif mobil murah berkualitas
4. Mempermudah cara pembayaran dengan menambahkan mesin EDC (*Electronic Data Capture*) dari berbagai bank untuk mempermudah pembayaran mobil dan juga menerima pembayaran dalam bentuk non tunai seperti giro dan cek.
5. Memberikan diskon atau bundling dengan ganti oli gratis pada konsumen sesuai standar sehingga konsumen membeli mobil merasa puas dan akan melakukan pembelian ulang.
6. Meningkatkan pelayanan ekstra pada konsumen untuk dapat menstimulus minat beli konsumen melalui spanduk yang menarik, harga yang bersaing, paket-paket mobil berserta asuransi, hadiah pembelian, ruang tunggu yang nyaman dan pelayanan yang baik. Sehingga konsumen merangsang konsumen untuk melakukan minat pembelian.
7. Meningkatkan dalam memberikan informasi kepada konsumen dan calon konsumen tentang kualitas mobil dan harga yang terjangkau sehingga konsumen dapat mengevaluasi Melaju Raya Rizky Motor merupakan keputusan yang tepat dalam membeli mobil bekas, hal ini dapat dilakukan seperti membuat katalog mobil/brosur untuk konsumen.
8. Memberikan garansi mobil bekas terutama pada kebasahan dan kualitas mesin mobil pada konsumen sehingga konsumen tertarik dan yakin akan pelayanan

yang diberikan oleh *showroom*.

Saran untuk akademisi yaitu:

1. Menambah variabel bebas dalam penelitian ini, misalnya kualitas pelayanan, promosi, citra merek, nilai pelanggan, promosi dan lain sebagainya.
2. Sebelum memilih objek penelitian, peneliti berikutnya lebih memperhatikan kompetitor *showroom* yang sepadan dalam hal kualitas produk, baik kualitas produk objek penelitian maupun kualitas produk kompetitor penelitian. Hal ini dilakukan supaya peneliti selanjutnya dapat menentukan item pernyataan dikuesioner dengan lebih baik.