

BAB V

SIMPULAN, SARAN DAN KETERBATASAN PENELITIAN

5.1 Simpulan

Kesimpulan yang dapat diambil berdasarkan hasil analisis data tentang “Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Lokasi Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mobil Honda di PT. Honda Surya Agung Indah Megah Cabang Kota Surabaya” yaitu sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk mobil Honda di PT. Honda Surya Agung Indah Megah Cabang Kota Surabaya.
2. Terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel harga terhadap keputusan pembelian produk mobil Honda di PT. Honda Surya Agung Indah Megah Cabang Kota Surabaya.
3. Terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel lokasi terhadap keputusan pembelian produk mobil Honda di PT. Honda Surya Agung Indah Megah Cabang Kota Surabaya.
4. Terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel promosi terhadap keputusan pembelian produk mobil Honda di PT. Honda Surya Agung Indah Megah Cabang Kota Surabaya.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil pembahasan penelitian dan kesimpulan di atas maka dapat diberikan saran-saran sebagai berikut:

1. Bagi Perusahaan

PT. Honda Surya Agung Indah Megah Cabang Kota Surabaya diharapkan dapat menampung kritik maupun saran dan menyampaikannya kepada perusahaan Honda terkait saran dan kritik konsumen mengenai kualitas dari produk mobil Honda.

Diharapkan PT. Honda Surya Agung Indah Megah Cabang Kota Surabaya tetap menjaga kestabilan harga agar konsumen tetap melakukan pembelian. Hal ini perlu dilakukan karena menurut pandangan konsumen sendiri harga yang ditawarkan oleh PT. Honda Surya Agung Indah Megah Cabang Kota Surabaya termasuk harga yang masih dapat dijangkau oleh para konsumen.

Diharapkan PT. Honda Surya Agung Indah Megah Cabang Kota Surabaya memperbaiki atau lebih membuat nyaman kondisi kantor/*dealer* agar para konsumen lebih nyaman saat berkunjung maupun saat melakukan *service* mobil. Hal ini bertujuan agar membuat nyaman konsumen sehingga konsumen lebih betah saat berada di *dealer*.

Disarankan PT. Honda Surya Agung Indah Megah Cabang Kota Surabaya lebih sering melakukan *event* di mall-mall diluar area Surabaya agar dapat menjangkau pasar yang lebih luas. Selain itu PT. Honda Surya Agung

Indah Megah Cabang Kota Surabaya juga tetap konsisten untuk melakukan promosi seperti potongan harga, mendapatkan *marchandise* saat melakukan pembelian, *cashback* dan lain sebagainya.

2. Disarankan peneliti selanjutnya, diharapkan menambah atau meneliti variabel yang lain diluar penelitian ini yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian seperti kualitas pelayanan, kepercayaan, citra merek, dan yang lainnya.

5.3 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini telah diusahakan dan dilaksanakan sesuai dengan prosedur ilmiah, namun demikian masih memiliki keterbatasan yaitu:

1. Karena keterbatasan waktu dan tenaga, maka penulis hanya mengambil responden di kota Surabaya saja yang diharapkan dapat mewakili seluruh konsumen PT. Honda Surya Agung Indah Megah.
2. Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian dalam penelitian ini hanya terdiri dari tiga variabel, yaitu kualitas produk, harga, lokasi, dan promosi, sedangkan masih banyak faktor lain yang mempengaruhi keputusan pembelian.