

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh penulis terhadap penggunaan kendaraan mobil merek wuling di Kota Makassar dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Tidak terdapat pengaruh positif atau signifikan baruan pemasaran terhadap keputusan pembelian. Hal ini menjelaskan bahwa para pengguna kendaraan mobil mitsubishi yang ada di Kota Bengkulu dalam melakukan pengambilan keputusan pembelian tidak terdapat faktor kualitas produk.
2. Adanya pengaruh positif dan signifikan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian. Hal ini menjelaskan bahwa para konsumen PT. Lautan Berlian Bengkulu dengan kualitas pelayanan faktor adanya keputusan pembelian mobil mitsubishi di Pt. Lautan Berlian Bengkulu, tetapi tidak menjadi faktor penyebab dalam pengambilan keputusan pembelian.
3. Terdapat pengaruh positif dan signifikan kepercayaan terhadap keputusan pembelian. Hal ini menjelaskan bahwa para konsumen PT. Lautan Berlian Bengkulu dalam melakukan pengambilan keputusan pembelian terdapat faktor atas kepercayaan, dan mempertimbangkan faktor diluar kepercayaan yang dimiliki PT. Lautan Berlian Bengkulu.
4. Adanya pengaruh positif dan signifikan Baruan pemasaran terhadap keputusan pembelian atas

kepercayaan. Hal ini menjelaskan bahwa paracosmen Pt Lautan Berlian Bengkulu dalam melakukan pengambilan keputusan pembelian terdapat faktor Baruan Pemasaran. Kepercayaan adalah sebagai variabel intervening memberikan pengaruh antar baruan pemasar terhadap keputusan pembelian. Dan kepercayaan mampu memberikan pengaruh full mediasi terhadap hubungan secara tidak langsung kualitas produk dengan keputusan pembelian

5. Terdapat pengaruh positif dan signifikan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian atas kepercayaan. Kepercayaan mampu memberikan pengaruh positif dan signifikan dalam hubungan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian. Kepercayaan mampu memberikan pengaruh parsial mediasi terhadap hubungan secara tidak langsung kualitas pelayanan dengan keputusan pembelian

B. Saran-Saran

1. Pemasaran merupakan ujung tombak perusahaan. Dalam dunia persaingan yang semakin ketat, perusahaan dituntut agar tetap bertahan hidup dan berkembang, bauran pemasaran merupakan kombinasi dari empat variabel atau kegiatan yang merupakan inti dari sistem pemasaran perusahaan, yakni: produk, struktur harga, kegiatan promosi, dan sistem distribusi, dari keempat indikator di atas struktur harga yang penting untuk lebih di perbaiki jika harga yang di tawarkan lebih murah dari kompetitor dengan spesifikasi yang sama maka kendaraan di PT.Lautan Berlian Bengkulu akan menjadi pilihan utama dari calon Customer.
2. Pelayanan dalam hal ini diartikan sebagai jasa atau service yang disampaikan oleh pemilik jasa yang berupa kemudahan, kecepatan,

hubungan, kemampuan dan keramahtamahan yang ditujukan melalui sikap dan sifat dalam memberikan pelayanan untuk kepuasan konsumen, dalam hal ini PT.Lautan Berlian Bengkulu telah memberikan kualitas Pelayanan yang sudah cukup baik, hal ini mesti di tingkatkan lagi demi menjaga pelanggan setia PT.Lautan Berlian Bengkulu

3. Kepada peneliti yang tertarik meneliti dibidang manajemen sumber daya manusia dapat melanjutkan penelitian ini dengan menambah faktor-faktor yang berhubungan dengan Keputusan Pembelian.