

BAB V

KESIMPULAN

A. Kesimpulan

Adapun beberapa simpulan yang dapat dikemukakan dari hasil deskripsi dan hasil analisis penelitian ini, adalah:

1. Berdasarkan hasil analisis deskriptif menunjukkan, persepsi terhadap kualitas produk, promosi, minat beli dan keputusan pembelian mobil bekas pada Showroom Bento Maumere menunjukkan bahwa rata-rata responden mempunyai persepsi “baik” terhadap kualitas produk, promosi, minat beli dan keputusan pembelian. Hasil penelitian ini menolak hipotesis yang telah dibuat sebelumnya yaitu persepsi konsumen akan variabel kualitas produk, promosi, minat beli dan keputusan pembelian cukup baik.
2. Berdasarkan hasil uji hipotesis (uji t) dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli mobil bekas pada *Showroom* Bento Maumere. Hasil dari penelitian ini yaitu hipotesis diterima.
3. Berdasarkan hasil uji hipotesis (uji t) dapat disimpulkan bahwa variabel promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli mobil bekas pada *Showroom* Bento Maumere. Hasil dari penelitian ini yaitu hipotesis diterima.
4. Berdasarkan hasil uji hipotesis (uji t) dapat disimpulkan bahwa Kualitas produk tidak berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian mobil bekas pada *Showroom* Bento Maumere. Hasil penelitian ini yaitu hipotesis ditolak.

5. Berdasarkan hasil uji hipotesis (uji t) dapat disimpulkan bahwa variabel promosi tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian mobil bekas pada *Showroom* Bento Maumere. Hasil dari penelitian ini yaitu hipotesis diterima.
6. Berdasarkan hasil uji hipotesis (uji t) dapat disimpulkan bahwa variabel minat beli berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian mobil bekas pada *Showroom* Bento Maumere. Hasil penelitian ini yaitu hipotesis diterima.
7. Variabel minat beli memiliki pengaruh yang positif dan signifikan dalam memediasi kualitas produk dan promosi terhadap keputusan pembelian mobil bekas pada *Showroom* Bento Maumere. Hasil penelitian ini yaitu hipotesis diterima.
8. Hasil Koefisien Determinasi nilai R^2 menunjukkan kontribusi pengaruh kualitas produk dan promosi terhadap minat beli sebesar 0,781. Artinya, 78,1% minat beli dipengaruhi oleh kualitas produk dan promosi, sisanya sebesar 21,9% dipengaruhi oleh faktor lainnya di luar dari model penelitian ini. Selanjutnya, nilai R^2 menunjukkan kontribusi pengaruh kualitas produk dan promosi terhadap keputusan pembelian adalah sebesar 0,790. Artinya, 79,0 % keputusan pembelian dipengaruhi kualitas produk dan promosi sedangkan 21% dipengaruhi faktor lainnya di luar model penelitian ini.

B. Saran

Berdasarkan pembahasan dan kesimpulan di atas, dapat disarankan kepada *Showroom* Bento Maumere :

1. Hasil penelitian ini memberikan informasi kepada pemilik *Showroom* Bento Maumere untuk lebih memperhatikan faktor-faktor yang akan mempengaruhi minat beli konsumen sehingga berdampak pada keputusan pembelian.
 - a. Pemilik *Showroom* Bento Maumere perlu menjual mobil bekas dengan merek terkini, yang ada suku cadangnya sehingga mudah diperbaiki dan diganti.
 - b. Pemilik *Showroom* Bento Maumere perlu memberikan pesan promosi secara terperinci selain menampilkan gambar produk, perlu menyertakan dengan pesan-pesan tentang kualitas mobil bekas seperti (tahun produksi mobil dan kondisi body). Selain itu, bisa juga memberikan potongan harga.
2. Bagi peneliti yang akan datang, yang ingin mengadakan riset serupa, agar dapat mengembangkan hasil penelitian ini dengan menambah jumlah variabel yang lebih luas serta penambahan jumlah responden, sehingga dapat diketahui alasan lebih mendalam atas pilihan konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

- Ferdinand, Augusty. 2002. Pengembangan Minat Beli Merek Ekstensi, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Ginting, Nembah. 2012. Manajemen Pemasaran. Cetakan Kedua. Bandung: Yrama Widya
- Kotler, Phillip. 2004. *Marketing Management. The Milenium Edition Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice Hall*. Benyamin Molan (Alih Bahasa) 2005. Manajemen Pemasaran. Edisi Milenium. Jakarta: Indeks
- Kotler, Philip and Amstrong, Gary. 2012. *Principles of Marketing. Edition 12 New Jersey Prentice-Hall*. Alexander Sindoro dan Benyamin Molan (Alih Bahasa) 2013. Prinsip-prinsip Pemasaran. Edisi 12. Jilid 1. Penerbit Prenhalindo: Jakarta
- Kotler, Philip and Amstrong, Gary. 2016. Dasar-dasar Pemasaran, Jilid 1, Edisi:9. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Phillip and Keller, Kevin Lane. 2012. *Marketing Management. Edition 13. New Jersey. Prentice Hall*. England. Bob Sarban (Alih Bahasa) 2013. Manajemen Pemasaran. Penerbit Erlangga: Jakarta.
- Kotler, Phillip and Keller, Kevin Lane. 2016. *Marketing Management. Edition 15. New Jersey Pearson Education*. England. Bob Sarban (Alih Bahasa) 2017. Manajemen Pemasaran . Edisi 13 Jilid 2. Penerbit Erlangga: Jakarta. <https://opac.perpusnas.go.id/DetailOpac.aspx?id=967747>
- Magfiroh, Marimin Nurul. 2013. “Aplikasi Teknik Pengambilan Keputusan dalam Manajemen Rantai Pasok”. IPB Pres: Bogor. https://katalog.perpustakaan.dinus.ac.id/index.php?p=show_detail&id=10783
- Mowen, John C and Minor, Michael. 2002. *Consumen Behavior. New York: Pearson Education*. Lina Salim (Alih Bahasa) 2005. Perilaku Konsumen. Penerbit Erlangga: Jakarta.
- Priansa, Juni. 2017. Perilaku Konsumen dalam Persaingan Bisnis Kontemporer. Bandung: Alfabeta.
- Riduwan. 2004. Metode Riset. Jakarta: Rineka Cipta
- Shinta, Agustina. 2011. Manajemen Pemasaran. Malang: Universitas Brawijaya Press. <http://shinta.lecture.ub.ac.id/files/2012/11/Manajemen-Pemasaran-Agustina-Shinta.pdf>

- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung; Alfabeta
- Sugiyono. 2012. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung; Alfabeta
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung; Alfabeta
- Tjiptono, Fandy. 2010. Strategi Pemasaran , Edisi 3, Yogyakarta: Andi Offset
- Tjiptono, Fandy. 2015. Strategi Pemasaran , Edisi 4, Yogyakarta: Andi Offset
- Yamin, Sofyan dan Kurniawan, Heri. 2011. Generasi Baru mengelola data Penelitian dengan Partial Least Square Path Modeling: Aplikasi dengan Software XLSTAT, SmartPLS dan Visual PLS. Salemba Infotek: Jakarta.

JURNAL

- Anwar, Iful dan Satrio, Budhi. 2015. “ **Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Peralatan Masak di Showroom Maxim Housewares Grand City Mall Surabaya**”. Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen.
- Arianto, Nurmin dan Difa, Sabta Ad. 2020. “**Pengaruh Kualitas Produk terhadap Minat Beli Konsumen pada PT Nirwana Gemilang Property**”. Jurnal Universitas Pamulang.
- Ariella, Irfan Rizqullah. 2018. “**Pengaruh Kualitas Produk, Harga Produk, dan Desain Produk terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Mazelnid**”. Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis.
- Fahrudin, Muhammad dan Yulianti, Emma. 2015. “**Pengaruh Promosi Lokasi dan Kualitas Layanan terhadap Keputusan Pembelian Nasabah Bank Mandiri Surabaya**”. Jurnal Bisnis dan Perbankan.
- Fauziah, Hujaimatul, Safitri, Meilinda dan Destiyawan. 2021. “**Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian Kredit Perumahan pada PT. Griya Bina Mitra di Pesawaran**”. Jurnal Universitas Sang Bumi Ruwa Jurai.
- Halim, Nico dan Iskandar, Donant. 2019. “**Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Persaingan terhadap Minat Beli**”. Jurnal Institut Teknologi dan Bisnis Kalbis Jakarta.
- Hariani. 2013. **Analisis pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Minat Beli konsumen yang menggunakan gas LPG.**

- Hilmawan, Ipan. 2019. **“Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian dengan Minat Beli sebagai Variabel Intervening”**.(Studi kasus pada konsumen sepeda motor vario di Kota Serang). Jurnal Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Galileo
- Kara, Anastasia. 2016. **“Pengaruh Promosi, Penjualan Pakaian *Online* shop Elevania di BBm Grub Terhadap Minat Beli Mahasiswi”**. Jurnal Universitas Tribuwana Tungadewi.
- Nasution, Sitti Lam'ah dkk. 2020. **“Pengaruh Kualitas Produk, Citra merek, Kepercayaan, Kemudahan dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada e-commerce shopee”**. Survei pada Mahasiswi S1 Fakultas Ekonomi. Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Manajemen.
- Pradiani, Theresia dan Ruspitasari, Widi. 2021. **“Pengaruh Kualitas Website dan Promosi Penjualan terhadap Minat beli di Bukalapak.com”**. Jurnal Institut Teknologi dan Bisnis Asia Malang.
- Putra, Pratama Yudha, dkk. 2022. **“Pengaruh Kualitas Produk dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli sebagai Variabel Intervening”**. Jurnal.
- Rosita, Inne Satyawisudarini. 2017. **“Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen”**. Jurnal Manajemen Universitas Langlangbuana.
- Solihin, Deden. 2020. **“Pengaruh Kepercayaan Pelanggan dan Promosi Terhadap keputusan Pembelian Konsumen pada Online Shop Miklayu dengan Minat Beli sebagai Variabel Interning”**. Jurnal Univeristas Pamulang.
- Surharyanto, Surharyanto dan Lestari, Tri. 2022. **“Pengaruh Kualitas Produk dan Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian dengan Minat Beli sebagai variabel Intervening”**. (Studi kasus pada kedai kopi lain hat grand Galaxy). Jurnal Manajemen dan Perbankan.