



## **BAB V**

### **SIMPULAN DAN SARAN**

## BAB 5

### SIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1. SIMPULAN

Dari hasil penelitian dan pembahasan yang digunakan sesuai dengan tujuan hipotesis yang dilakukan, dengan analisis regresi linier berganda, maka dapat ditarik simpulan dan saran sebagai berikut :

1. Dalam menguji secara simultan dengan menggunakan uji F menunjukkan adanya pengaruh secara nyata antara variabel bebas dengan variabel terikat, terbukti dengan nilai F hitung ( $129,0766$ )  $>$  F tabel ( $3,093$ ). Dalam hubungan secara simultan ini dihasilkan koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar  $72,69\%$  dari data yang ada menunjukkan bahwa, kedua variabel bebas yaitu harga ( $X_1$ ) dan kepuasan pelanggan ( $X_2$ ) mampu menjelaskan variabel terikat yaitu keputusan pembelian ( $Y$ ), sedangkan sisanya sebesar  $27,31\%$  adalah galat atau faktor lainnya, sedangkan R multipelnya sebesar  $0,8526$  menunjukkan bahwa hubungan antara variabel bebas secara keseluruhan dengan variabel terikat adalah sangat kuat. Secara parsial variabel Harga ( $X_1$ ) berpengaruh secara nyata dan positif terhadap keputusan pembelian dengan nilai t hitung  $4,8762 >$  t tabel  $1,9847$ , variabel kepuasan pelanggan ( $X_2$ ) berpengaruh secara nyata dan positif terhadap keputusan pembelian dengan nilai t hitung  $2,3441 >$  t tabel  $1,9847$ .

2. Dengan membandingkan antara korelasi parsial antara harga dan kepuasan pelanggan terhadap keputusan pembelian tape mobil maka diperoleh hasil bahwa  $r$  parsial harga terhadap keputusan pembelian tape mobil (0,6414) lebih besar dari  $r$  parsial kepuasan pelanggan terhadap keputusan pembelian tape mobil (0,4838). Artinya dalam keputusan pembelian tape mobil, harga memegang pengaruh yang dominan bila dibandingkan dengan kepuasan pelanggan.

## 5.2. SARAN

1. Berdasarkan analisis menyatakan bahwa harga dan kepuasan pelanggan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian, maka PT. Kedungsari harus memperhatikan masalah harga dan kepuasan pelanggan. Perusahaan juga tetap mempertahankan/meningkatkan kepuasan pelanggan lewat pelayanan yang baik serta menetapkan harga sesuai dengan segmentasi pasarnya.
2. Perusahaan juga perlu memperhatikan kebijaksanaan pemasarannya terutama dari segi harga, diharapkan dapat meningkatkan pembelian konsumen terhadap tape mobil. Kebijakan harga dapat dipertahankan dengan pemberian potongan harga sebesar 3% - 5% untuk pembelian dalam kuantitas banyak, selain itu pemberian souvenir dan bonus-bonus dalam bentuk barang pada bulan tertentu.



## **DAFTAR KEPUSTAKAAN**

## DAFTAR KEPUSTAKAAN

- Alex S Nitisemito, Drs. 1981. **Marketing**, Jakarta: PT Ghalia Indonesia, 1984.
- Arcana, Nyoman, 1984, **Pengantar Statistik II Untuk Ekonomi**, Surabaya: Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Widya Mandala.
- Fandy Tjiptono, 1998, **Strategi pemasaran**, Yogyakarta: Andi.
- Hazil DR, dan Panglaykim Dr, 1969, **Marketing suatu pengantar** (two edition), Jakarta: Pembangunan.
- Hermawan Kartajaya, **Marketing plus-2**, Jakarta: Penerbit PT Pustaka Sinar Harapan, 1993
- Hermawan, Warsito, 1997, **Pengantar Metodologi Penelitian**, Jakarta: Gramedia.
- Kotler, Philip 1997, **Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Pengawasan**, Diterjemahkan oleh Jaka Wasana, Jilid 1, Jakarta: Erlangga.
- \_\_\_\_\_, Philip, 1996, **Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Pengendalian**, Diterjemahkan oleh Hendra Teguh, Edisi IX, Jilid I, Jakarta: Erlangga.
- Stanton, William J, 1984, **Prinsip Pemasaran**, Diterjemahkan oleh J Lamarto, Edisi ke 7, jilid 1 dan 2, Jakarta: Erlangga
- Stanton, Basu, dan T Hani Handoko, 1982, **Manajemen Pemasaran: Analisa Perilaku Konsumen**, Yogyakarta: Liberty.
- Universitas Katolik Widya Mandala, 1998, **Pedoman Umum Penulisan Skripsi**, Surabaya: Universitas Katolik Widya Mandala.