BAB 5

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai Bauran Pemasaran dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Mobil di Mitra Suzuki Banjarbaru (studi pada PT. Mitra Megah Profitamas Banjarbaru) dapat disimpulkan sebagai berikut:

- 1) Hasil uji variabel bauran pemasaran secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian mobil di Mitra Suzuki (studi pada PT. Mitra Megah Profitamas Banjarbaru).
- 2) Hasil uji variabel kualitas layanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian mobil di Mitra Suzuki (studi pada PT. Mitra Megah Profitamas Banjarbaru).
- 3) Hasil uji variabel bauran pemasaran dan kualitas layanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian mobil di Mitra Suzuki (studi pada PT. Mitra Megah Profitamas Banjarbaru) maka dari model regresi secara simultan variabel bebas berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat, atau bisa dikatakan secara bersama-sama variabel bebas berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat.

5.2 Saran

- 1) Mitra Suzuki hendaknya terus mempertahankan bauran pemasaran dengan senantiasa melakukan pengembangan yang berkelanjutan, serta lebih meningkatkan bauran pemasaran melalui media cetak dan media sosial yang saat ini sedang berkembang.
- 2) Mitra Suzuki hendaknya terus mempertahankan kualitas layanan dengan senantiasa melakukan pengembangan yang berkelanjutan, serta lebih meningkatkan ketanggapan dalam segala kebutuhan pelanggan secara lebih cepat dan tepat.
- 3) Mitra Suzuki hendaknya bisa makin meningkatkan jumlah penjualan dengan sistem yang lebih baik, yaitu mengikuti perkembangan jaman dengan memanfaatkan sosial media dalam penjualan mobil Suzuki saat ini, sehingga penjualan dapat meningkat dari tahun-tahun sebelumnya.