

## **BAB IV**

### **PENUTUP**

#### **4.1. Kesimpulan**

Dari hasil penelitian terhadap 45 responden berkaitan dengan pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian dengan studi kasus pada konsumen Chevrolet Semarang yang menggunakan produk Chevrolet Captiva, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Variabel kualitas produk (X1) mempunyai pengaruh positif terhadap keputusan pembelian (Y). Dalam penelitian ini, variabel kualitas produk memiliki pengaruh yang sedang terhadap keputusan pembelian. Hal tersebut terlihat dari hasil koefisien determinasinya dimana 35% keputusan pembelian produk Chevrolet Captiva pada konsumen Chevrolet Semarang dipengaruhi oleh kualitas pembelian. Nilai dibawah rata-rata terdapat 4 item pertanyaan, item pertanyaan adalah konsumsi bahan bakar, kestabilan mobil, kelengkapan interior dan daya tahan mesin
2. Variabel kualitas pelayanan (X2) mempunyai pengaruh positif terhadap keputusan pembelian (Y). Dalam penelitian ini, variabel kualitas pelayanan dikatakan mempunyai pengaruh yang kuat terhadap keputusan pembelian. Hal tersebut terlihat dari hasil koefisien determinasi dimana 38,6% keputusan pembelian produk Chevrolet Captiva pada konsumen Chevrolet Semarang dipengaruhi oleh kualitas pelayanan. Nilai dibawah rata-rata terdapat 4 item pertanyaan dibawah rata-rata, item pertanyaan adalah ketersediaan suku cadang

asli, garansi mesin yang diberikan, ketrampilan teknisi, dan keberadaan bengkel resmi

3. Variabel kualitas produk (X1) dan kualitas pelayanan (X2) secara bersama-sama mempunyai pengaruh positif terhadap variabel keputusan pembelian (Y). Hal tersebut menyatakan bahwa jika kualitas produk disandingkan dengan kualitas pelayanan yang baik maka akan semakin tinggi pula tingkat keinginan konsumen untuk melakukan keputusan pembelian. Dalam penelitian terhadap konsumen Chevrolet Semarang, variabel kualitas produk dan kualitas pelayanan bersama-sama mempunyai pengaruh yang kuat terhadap keputusan pembelian. Hal tersebut terlihat dari hasil koefisien determinasinya dimana 42,2% keputusan pembelian produk Chevrolet Captiva yang dilakukan konsumen Chevrolet Semarang dipengaruhi oleh kualitas produk dan kualitas pelayanan.

#### **4.2. Saran**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diuraikan dan kesimpulan yang diperoleh, penulis mengajukan beberapa saran yang diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi Chevrolet Semarang, yaitu :

1. Kualitas produk sudah baik, namun 4 responden yang menyatakan bahwa kelengkapan interior Chevrolet Captiva kurang lengkap, karena Chevrolet Captiva belum ada AC triple blower Diharapkan perusahaan Chevrolet melakukan evaluasi kembali terhadap produknya.
2. Kualitas pelayanan sudah baik, namun Chevrolet perlu memperbaiki dan meningkatkan mengenai ketepatan waktu pengiriman suku cadang hingga ke

tangan konsumen, karena banyak konsumen Chevrolet Captiva yang menerima suku cadang terlambat dari jadwal waktu penerimaan. Perusahaan perlu mempercepat waktu pengiriman suku cadang.

3. Saran untuk penelitian selanjutnya adalah dengan menggunakan variabel lain yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian Chevrolet Captiva pada Chevrolet Semarang. Misalnya variabel promosi, harga dan citra merek