

BAB V

KESIMPULAN

5.1 KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan pada bab sebelumnya mengenai pengaruh Kepercayaan, Kualitas Produk, dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian di Toko Sinar Jaya Motor Kota Jambi dengan melibatkan 350 responden yang merupakan konsumen. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode analisis regresi linear berganda yang diolah menggunakan aplikasi IBM SPSS Versi 25, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian di Toko Sinar Jaya Motor Kota Jambi. Kesimpulan ini didasarkan pada hasil uji hipotesis sehingga H1 dapat diterima.
2. Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian di Toko Sinar Jaya Motor Kota Jambi. Kesimpulan ini didasarkan pada hasil uji hipotesis sehingga H2 dapat diterima.
3. Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian di Toko Sinar Jaya Motor Kota Jambi. Kesimpulan ini didasarkan pada hasil uji hipotesis sehingga H3 dapat diterima.
4. Kepercayaan, Kualitas Produk, dan Kualitas Pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian di Toko Sinar Jaya

Motor Kota Jambi. Kesimpulan ini didasarkan pada hasil uji hipotesis sehingga H4 dapat diterima.

5.2 SARAN

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah diperoleh, maka penulis memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Bagi Toko Sinar Jaya Motor Kota Jambi, disarankan untuk terus menjaga dan meningkatkan kepercayaan konsumen melalui transparansi informasi produk, kejujuran dalam penetapan harga, serta konsistensi dalam kualitas pelayanan. Selain itu, pihak toko perlu memastikan bahwa produk sparepart yang dijual memiliki kualitas yang baik dan sesuai dengan kebutuhan konsumen.
2. Toko juga disarankan untuk lebih memfokuskan perhatian pada peningkatan kualitas pelayanan, mengingat variabel ini memiliki pengaruh paling dominan terhadap keputusan pembelian. Hal ini dapat dilakukan melalui pelatihan karyawan, peningkatan responsivitas pelayanan, serta sikap ramah dan profesional dalam melayani konsumen.
3. Bagi konsumen, penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan dalam mengambil keputusan pembelian dengan memperhatikan faktor kepercayaan, kualitas produk, dan kualitas pelayanan agar memperoleh produk yang sesuai dengan kebutuhan dan harapan.
4. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk menambahkan variabel lain yang belum diteliti dalam penelitian ini, seperti harga, promosi, lokasi, atau

kepuasan pelanggan, guna memperoleh hasil penelitian yang lebih komprehensif.