

BAB V PENUTUP

A. Simpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui **Pengaruh Diferensiasi, Personal Selling dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Mobil di Dealer Honda Jaya Kudus**. Responden dalam penelitian ini berjumlah 108 pelanggan di Dealer Honda Jaya Kudus. Berdasarkan hasil analisis statistik yang telah dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil pengujian statistik *diferensiasi* terhadap keputusan pembelian menunjukkan nilai t_{hitung} 2,088 dengan nilai t_{tabel} diperoleh $df = (108-2-1)$ dengan signifikansi 5% adalah 1,895 ini berarti nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($2,088 > 1,895$) maka H_0 ditolak dan H_1 diterima (terdapat pengaruh yang signifikan), yang artinya *diferensiasi* merupakan variabel bebas yang benar-benar berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian di Dealer Honda Jaya Kudus.
2. Hasil pengujian statistik *personal selling* terhadap keputusan pembelian menunjukkan nilai t_{hitung} 2,052 dengan nilai t_{tabel} diperoleh $df = (108-2-1)$ dengan signifikansi 5% adalah 1,895 ini berarti nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($2,052 > 1,895$) maka H_0 ditolak dan H_1 diterima (terdapat pengaruh yang signifikan), yang artinya *personal selling* merupakan variabel bebas yang benar-benar berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian di Dealer Honda Jaya Kudus.
3. Hasil pengujian statistik promosi terhadap keputusan pembelian menunjukkan nilai t_{hitung} 3,647 dengan nilai t_{tabel} diperoleh $df = (108-2-1)$ dengan signifikansi 5% adalah 1,895 ini berarti nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($3,647 > 1,895$) maka H_0 ditolak dan H_1 diterima (terdapat pengaruh yang signifikan), yang artinya promosi merupakan variabel bebas yang benar-benar berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian di Dealer Honda Jaya Kudus.

4. Hasil pengujian *differensiasi, personal selling* dan promosi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian menunjukkan nilai Dari hasil uji F diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 35,698 dengan tingkat signifikansi menggunakan 0,000. Karena $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($35,698 > 2,79$) maka H_0 ditolak, artinya *differensiasi, personal selling* dan promosi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di Dealer Honda Jaya Kudus.

B. Saran

Berdasarkan penelitian diatas, adapun saran untuk penelitian selanjutnya meliputi:

Berdasarkan hasil dan kesimpulan yang diperoleh dalam penelititan ini, maka diajukan saran sebagai berikut :

1. Penelitian selanjutnya diharapkan memperluas objek penelitian dan tidak hanya di kalangan kabupaten Kudus saja, tapi dapat pula dilakukan di Dealer Honda lainnya dan dapat pula dilakukan di kabupaten lain karena mayoritas konsumen mobil Honda adalah masyarakat umum yang ekonominya berkecukupan.
2. Penelitian ini sebagai referensi bagi peneliti berikutnya yang berminat meneliti mengenai *differensial, personal selling* dan promosi suatu produk terhadap peningkatan keputusan pembelian pada obyek penelitian yang lain.

C. Penutup

Segala puji bagi Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufik dan hidayah-Nya kepada Penulis, sehingga Penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini. Shalawat teruntuk Rasulullah SAW yang telah memberikan pelajaran kepada kita semua bagaimana menjadi seorang pakar ekonomi islam yang baik dan diridhoi Allah SWT. Semoga kita semua selalu mengikuti jejaknya. Amiin.

Penulis menyadari sedalam-dalamnya bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna meskipun penulis sudah berusaha semaksimal mungkin. Hal ini disebabkan karena keterbatasan dan sangat dangkalnya pengetahuan yang penulis miliki. Oleh karena itu Penulis dengan rendah hati mengharapkan kritik dan saran yang membangun pembaca, demi kesempurnaan dalam skripsi ini.

Akhirnya, tiada kata yang pantas keluar dari Penulis selain memohon ampun kepada Ilahi Robbi, atas segala kekurangan dan kesalahan Penulis dan doa Penulis sendiri dan semua pihak pada umumnya, yang benar-benar membutuhkannya. *Amiin ya robbal alamin.*

