UIN SUSKA RIAU
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

1. Persepsi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan konsumen didalam penggunaan jasa service pada CV Zam-Zam sebagai salah satu bengkel resmi Honda. Dengan adanya persepsi yang baik dengan memberikan jasa service yang berkualitas maka akan membuat konsumen kembali menggunakan jasa service yang sama.
2. Motivasi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan konsumen didalam penggunaan jasa service pada CV Zam-Zam sebagai salah satu bengkel resmi Honda. Dengan pelayanan yang baik dan perlengkapan yang berkualitas maka akan membentuk motivasi konsumen untuk melakukan keputusan menggunakan jasa service.
3. Lokasi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan konsumen didalam penggunaan jasa service pada CV Zam-Zam sebagai salah satu bengkel resmi Honda. Lokasi yang strategis serta mudah dijangkau maka kan memberikan kemudahan konsumen untuk datang dan berkunjung untuk mendapatkan pelayanan service.
4. Secara simultan atau bersamaan persepsi, motivasi dan lokasi memiliki pengaruh terhadap keputusan konsumen menggunakan jasa service pada CV Zam-Zam sebagai bengkel resmi Honda. Dengan nilai R Square 62% persepsi, motivasi dan lokasi dapat mempengaruhi keputusan konsumen

menggunakan jasa service pada CV Zam-Zam sebagai bengkel resmi Hondasementara sisanya 38% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti yaitu kualitas pelayanan,promosi dan kepuasan konsumen.

6.2 Saran

1. CV Zam-Zam harus mempertahankan kualitas jasa service, citra positif dan menjalin hubungan yang baik dengan para konsumen agar konsumen menjadi puas atas jasa service yang diberikan. Dengan adanya kualitas yang baik, maka konsumen akan terus menggunakan jasa service di CV Zam-Zam sebagai bengkel resmi Honda.
2. Untuk meningkatkan dorongan kepada konsumen agar bisa memotivasi konsumen untuk melakukan secara rutin menggunakan jasa service resmi Honda , sebaiknya CV Zam-Zam sebagai bengkel resmi Honda selain memberikan pelayanan yang baik juga menyediakan spare-part yang berkualitas dan terjamin.
3. Dari segi lokasi, CV Zam-Zam sebagai bengkel resmi Honda harus menyediakan tempat yang nyaman dan mudah dijangkau dan menjaga kebersihan untuk memberikan rasa nyaman kepada konsumen.

UIN SUSKA RIAU
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.