

BAB V**KESIMPULAN DAN SARAN****5.1 Kesimpulan**

Dari hasilpenelitiandananalisis data yang dilakukandenganjudul “PENGARUH MOTIVASI, PERSEPSI, DAN SIKAP KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi pada Konsumen Sepeda Motor Yamaha Mio di Universitas Kristen Maranatha Bandung)” maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Secara umum responden dalam penelitian ini tergolong dalam usia muda dengan tingkat pendapatan dan pengeluaran yang dapat dikatakan berada dalam skala menengah, Dari kenyataan ini sepeda motor Yamaha Mio menjadi salah satu transportasi yang sesuai dengan kebutuhan remaja saat ini. Model dan bentuk yang sesuai dengan trend masa kini serta kemudahan dalam mengaplikasikan menjadikan sepeda motor matic ini menjadi pilihan yang tepat untuk menghindari kemacetan.
2. Variabel persepsi konsumen memberikan pengaruh terbesar terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha Mio. Persepsi yang tercipta di dalam benak konsumen terbukti menjadi salah satu daya tarik untuk membeli produk.
3. Variabel sikap konsumen memberikan pengaruh terhadap keputusan pembelian. Hal ini harus terus dipertahankan oleh perusahaan agar kesan konsumen terhadap produk Yamaha Mio semakin baik lagi dan selalu diingat.

4. Terakhir variabel motivasi konsumen yang tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini menurut pendapat peneliti perusahaan harus bisa membuat inovasi terus-menerus terhadap produknya seperti menambahkan pengunci handel rem belakang yang seperti dilakukan oleh *competitor* lain.

5.2 Saran

1. Persaingan dalam bisnis sepeda motor skuter matic semakin ketat bagi perusahaan lebih disarankan untuk meningkatkan kualitas produknya dengan melakukan inovasi secara terus menerus agar konsumen dapat merasakan kenyamanan dan kepuasan terhadap produk tersebut serta dapat memenuhi keinginan konsumen yang selalu berubah.
2. Kegiatan berupa pemberian diskon menarik, pemberian hadiah langsung dan garansi harus tetap dilakukan oleh perusahaan agar minat konsumen bisa semakin tinggi dan tertarik agar tercipta keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen.
3. Untuk meningkatkan keputusan pembelian, disarankan bagi pihak perusahaan untuk selalu berinovasi menciptakan sistem keamanan pada setiap produknya sebagai tambahan perangkat *safety* agar pengendara merasakan rasa aman dan nyaman ketika berkendara.
4. Untuk penelitian selanjutnya disarankan dapat meneliti ulang variabel motivasi konsumen.