

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah diuraikan diatas, dapat dirumuskan beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor perilaku konsumen yang mempengaruhi Keputusan Pembelian Produk sepeda motor merk Suzuki.
2. Dari pengujian yang telah diolah dengan menggunakan Windos SPSS diatas diperoleh hasil yang menunjukkan bahwa variabel psikologis (X_4) mempunyai pengaruh yang dominan terhadap keputusan pembelian produk sepeda motor merk Suzuki dibandingkan faktor lainnya (budaya ,pribadi, dan sosial).
3. Hasil uji hipotesis pertama bahwa F hitung sebesar $17,687 >$ dari F tabel pada $df: 4:35$ sebesar $2,85$ yang berarti bahwa Hipotesis I yang menyatakan bahwa variabel kebudayaan (X_1), sosial (X_2), pribadi (X_3) dan faktor psikologis (X_4) secara simultan/bersama-sama mempunyai pengaruh bermakna terhadap keputusan pembelian (Y) produk sepeda motor merk Suzuki di Dealer Merk Suzuki di Jalan Tuparev Cirebon dapat diterima atau teruji pada taraf nyata $\alpha = 0,05$.
4. Hasil hipotesis kedua bahwa bahwa variabel X_4 faktor psikologis mempunyai koefisien regresi paling besar sehingga hipotesis II yang

menyatakan bahwa variabel X_4 (psikologis) mempunyai pengaruh dominan terhadap keputusan pembelian (Y) produk sepeda motor merk Suzuki teruji pada taraf nyata $\alpha = 0.05$.

5.2 Saran

Dari pembahasan dan kesimpulan diatas, dapat dirumuskan beberapa saran sebagai berikut:

1. Hendaknya pihak produsen sepeda motor terus menjaga kualitas produk yang dipasarkannya pada konsumen dan bahkan perlu lebih inovatif lagi.
2. Perlu adanya pengembangan kualitas SDM untuk khususnya di bidang penelitian dan pengembangan, agar SDM yang ada lebih potensial dalam menghadapi persaingan dan tantangan yang selalu berubah.
3. Perlu adanya perbaikan citra atau brand produk, agar konsumen/pelanggan lebih terkesan untuk melakukan konsumsi produk yang ditawarkan, akibat banyak bermunculannya produk-produk sejenis.
4. Perusahaan hendaknya memperhatikan faktor psikologis dalam keputusan pembelian produk sepeda motor merk Suzuki sehingga dengan adanya motivasi, persepsi, pengetahuan dan keyakinan dan sikap dari konsumen, perusahaan akan cepat tanggap dalam mengantisipasinya sehingga tetap bisa bersaing.