

V SIMPULAN DAN SARAN

5.1. Simpulan

Berdasarkan hasil pembahasan pada bab IV sebelumnya, maka hipotesis yang dirumuskan Motivasi dan sikap mempunyai pengaruh yang positif terhadap keputusan pembelian sepeda motor Suzuki di Kota Bandar Lampung terbukti, hal ini didasarkan pada.

5.1.1. Secara statistik bahwa secara keseluruhan variabel bebas (motivasi dan sikap konsumen) mempengaruhi keputusan konsumen sepeda motor Suzuki di Kota Bandar Lampung. Besarnya pengaruh variabel bebas tersebut terlihat dari nilai Koefisien Determinasi (R^2) = 0,259. Ini berarti sumbangan seluruh variabel bebas terhadap keputusan konsumen membeli sepeda motor Suzuki di Kota Bandar Lampung sebesar 25,90 % dan sisanya 74,10 % dipengaruhi oleh variabel bebas lain yang tidak diidentifikasi pada penelitian ini.

5.1.2 Berdasarkan uji parsial untuk melihat keberartian dari masing- masing variabel bebas terhadap keputusan konsumen membeli sepeda motor Suzuki di Kota Lampung digunakan uji t. Ternyata berdasarkan hasil perhitungan nilai masing- masing signifikansi lebih kecil (di bawah) dibandingkan dengan nilai alpha yang ditentukan dalam penelitian ini yaitu 5 % dengan derajat kebebasan sebesar 67. Ini berarti secara statistik masing-masing variabel bebas mempengaruhi keputusan konsumen membeli sepeda motor Suzuki di Kota Bandar Lampung.

5.2 Saran

- 5.2.1 Diharapkan para dealer Sepeda motor Suzuki di Kota Bandar Lampung selalu memperhatikan tentang motivasi dan sikap masyarakat (consumen) dalam memutuskan pembelian sepeda motor. Mengingat kedua variable tersebut terbukti positif.
- 5.2.2 Untuk meningkatkan konsumen (masyarakat) Kota Bandar Lampung membeli motor Suzuki , maka diharapkan para dealer motor Suzuki di Kota bandar Lampung memperhatikan dan selalu memperbaiki atribut produk .
- 5.2.3 Diharapkan para dealer motor Suzuki di Kota Bandar Lampung meningkatkan kembali pelayanan yang diberikan terutama menyangkut pelayanan kerjasama dengan lembaga-lembaga pembiayaan kredit motor.
- 5.2.4 Diharapkan dealer motor Suzuki harus menjalankan dengan baik bauran pemasaran, hal ini dikarenakan pentingnya bauran pemasaran dalam memasarkan produk. Hal ini dapat diliat dari menurunnya volume penjualan yang diakibatkan perusahaan tidak seutuhna menerapkan bauran pemasaran.
- 5.2.5 Dikarenakan ruang lingkup untuk penelitian ini hanya menggunakan variabel motivasi dan sikap, maka bagi peneliti yang akan datang disarankan menggunakan variabel yang lain seperti persepsi dan pembelajaran sehingga hasil yang akan didapat akan lebih valid, sehingga dapat menjadi acuan konsumen dalam mengambil keputusan untuk membeli sepeda motor merek suzuki.