

V. SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan dapat disimpulkan bahwa faktor psikologis konsumen (motivasi, persepsi, pembelajaran, keyakinan dan sikap) berpengaruh pada keputusan pembelian sepeda motor Honda Vario dengan penjelasan sebagai berikut:

1. R square menunjukkan besarnya pengaruh dan angka R square pada tabel 4.27 diatas yaitu 0,253 yang berarti bahwa pengaruh sebesar 25,3% dari variasi variabel independen (motivasi, persepsi, pembelajaran, keyakinan dan sikap) yang merupakan bagian dari faktor psikologis mempengaruhi keputusan pembelian. Sedangkan sisanya sebesar 74,7% dipengaruhi variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini.
2. Keempat komponen sikap jika diuji secara parsial (uji t) hanya variabel persepsi, keyakinan dan sikap yang signifikan dan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Honda Vario. Secara parsial variabel terbesar yang mempengaruhi keputusan pembelian adalah keyakinan dan sikap yaitu sebesar 25,3%. Hal ini dikarenakan konsumen menyukai bentuk dan desain honda vario yang menarik, selain itu pelayanan yang diberikan oleh PT Lampung Motor terhadap konsumen juga dirasakan baik sehingga konsumen memiliki sikap positif terhadap Honda Vario.

5.2 Saran

1. Sebaiknya perusahaan melakukan perubahan – perubahan pada bauran pemasaran dengan melakukan inovasi terhadap produknya, memberikan kredit dengan suku bunga yang rendah sehingga harga dapat terjangkau, membangun dealer cabang agar mudah dijangkau oleh konsumen, memasang iklan agar produk dari PT Lampung Motor Di Unit 2 Tulang Bawang dikenal oleh konsumen, merekrut sales promosi dan memberikan pelatihan untuk meningkatkan kemampuan sales promosi sehingga dapat mempengaruhi konsumen untuk membeli sepeda motor Honda Vario, dengan perubahan – perubahan yang dilakukan diharapkan dapat menumbuhkan motivasi yang tinggi pada diri konsumen untuk membeli Honda Vario.
2. Untuk meningkatkan pembelajaran agar lebih baik, Sebaiknya perusahaan melakukan pendekatan personal pada konsumen dengan membuat member group (kelompok), dimana kelompok – kelompok tersebut akan melakukan kegiatan – kegiatan yang positif, sehingga memberikan pengalaman yang menyenangkan bagi konsumen atau memberikan persenan (sejumlah uang) bagi seseorang yang telah mengajak konsumen untuk membeli Honda Vario pada PT Lampung Motor di Unit 2 Tulang Bawang.