

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

V.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pengujian hipotesa pada motivasi dan persepsi terhadap keputusan pembelian. Maka dapat diambil kesimpulan bahwa hasil perhitungan atau analisis Uji T menemukan adanya pengaruh *Motivasi dan Persepsi terhadap Keputusan Pembelian* hasilnya adalah signifikan hal ini dapat dilihat dari probabilitas signifikansi.

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan maka dapat ditarik kesimpulan bahwa terdapat pengaruh secara simultan antara *Motivasi dan Persepsi* terhadap Keputusan Pembelian. Sedangkan secara parsial dapat ditarik kesimpulan bahwa terdapat pengaruh secara simultan antara *Motivasi dan Persepsi* terhadap Keputusan Pembelian. Hal ini sesuai dengan hipotesis yang dibuat.

V.2. Saran

Berdasarkan uraian dari kesimpulan di atas, maka penulis mencoba memberikan beberapa saran yang mungkin dapat menjadi masukan bagi pihak perusahaan yaitu:

1. Perusahaan diharapkan mampu mempertahankan kondisi harga agar konsumen tidak beralih ke merk lain.
2. Perusahaan diharapkan memaksimalkan pelayanan service motor agar keputusan pembelian konsumen meningkat.
3. Perusahaan diharapkan mampu memasarkan barang dengan kreatif mungkin, agar menarik minat calon konsumen.