

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## BAB VI

### PENUTUP

#### 6.1 Kesimpulan

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Untuk hasil uji hipotesis dengan menggunakan uji secara parsial (Uji t) , diketahui bahwa variable motivasi (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Sepeda Motor Merek Yamaha Vixion Pada CV. Mahkota Motor Bangkinang. Hal ini terbukti dari hasil nilai  $t_{hitung}$  (7.693) > nilai  $t_{tabel}$  (1,984) dengan tingkat signifikan  $0,000 < \alpha = 0,05$  sehingga menunjukkan bahwa motivasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen Sepeda Motor Merek Yamaha Vixion Pada CV. Mahkota Motor Bangkinang.
2. Untuk hasil uji hipotesis dengan menggunakan uji secara parsial (Uji t) , diketahui bahwa variable persepsi kualitas (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Sepeda Motor Merek Yamaha Vixion Pada CV. Mahkota Motor Bangkinang. Hal ini terbukti dari hasil nilai  $t_{hitung}$  (2.576) > nilai  $t_{tabel}$  (1,984) dengan tingkat signifikan  $0,012 < \alpha = 0,05$  sehingga menunjukkan bahwa persepsi konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen Sepeda Motor Merek Yamaha Vixion Pada CV. Mahkota Motor Bangkinang.
3. Untuk hasil uji hipotesis dengan menggunakan uji secara parsial (Uji t) , diketahui bahwa variable sikap konsumen (X3) berpengaruh positif dan

signifikan terhadap keputusan pembelian Sepeda Motor Merek Yamaha Vixion Pada CV. Mahkota Motor Bangkinang. Hal ini terbukti dari hasil nilai  $t_{hitung}$  (1.986) > nilai  $t_{tabel}$  (1,984) dengan tingkat signifikan  $0,050 < \alpha = 0,05$  sehingga menunjukkan bahwa motivasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen Sepeda Motor Merek Yamaha Vixion Pada CV. Mahkota Motor Bangkinang.

4. Dari hasil penelitian dengan menggunakan uji hipotesis secara simultan (Uji F), menunjukkan bahwa variabel motivasi, persepsi kualitas dan sikap konsumen secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen Sepeda Motor Merek Yamaha Vixion Pada CV. Mahkota Motor Bangkinang. Hal ini terbukti dari hasil  $F_{hitung}$  sebesar  $116.438 > F_{tabel}$  sebesar 2,699 dengan tingkat signifikan probabilitas  $0,000 < 0,05$  maka hipotesis dapat diterima. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel independen (motivasi, persepsi konsumen dan sikap konsumen) secara bersama-sama mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen keputusan pembelian konsumen Sepeda Motor Merek Yamaha Vixion Pada CV. Mahkota Motor Bangkinang. Dari hasil penelitian dengan menggunakan Uji Regresi Linear Berganda, didapat  $Y = 3.431 + 0,505X_1 + 0,177X_2 + 0,127X_3 + e$
5. Dari 3 variabel independen (motivasi, persepsi konsumen dan sikap konsumen), ketiga variabel tersebut berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen (keputusan pembelian) pada CV Mahkota

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Motor Bangkinang, artinya makin di tingkatkan variabel (motivasi, persepsi konsumen dan sikap konsumen) keputusan pembelian pada CV.

Mahkota Motor Bangkinang akan meningkat.

6. Untuk hasil uji koefisien determinasi ( $R^2$ ) menunjukkan bahwa motivasi, persepsi kualitas, sikap konsumen, memberikan kontribusi kepada keputusan pembelian pada CV. Mahkota Motor Bangkinang 78,4% dan sisanya sebesar 21,6% dipengaruhi oleh variable lain.

## 6.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian maka di ajukan beberapa saran antara lain :

1. Diharapkan agar CV. Mahkota Motor Bangkinang dapat bertahan dan dapat meningkatkan terus terhadap motivasi, persepsi konsumen dan sikap konsumen yang telah mereka pertahankan selama ini, agar perilaku konsumen pada CV. Mahkota Motor Bangkinang dapat terus terjaga.
2. Kepada peneliti selanjutnya agar lebih mengembangkan lagifaktor-faktor yang dapat mempengaruhi keputusan dalam melakukan pembelian dengan menambah jumlah faktor-faktor dan peneledkatan analisis lainnya sehingga menghasilkan hasil penelitian yang lebih baik lagi.