

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.

BAB VI

PENUTUP

Sebagai akhir dari penulisan, dalam bab ini disampaikan beberapa kesimpulan dan saran yang relevan bagi peneliti yang akan datang sesuai dengan hasil penelitian analisis data yang telah dilakukan.

6.1 Kesimpulan

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

1. Dari hasil penelitian dengan menggunakan Uji Regresi Linear Berganda, didapat $Y = -3,121 + 0,289X_1 + 0,242X_2 + 0,265X_3 + e$ dari tiga variabel independen (Motivasi, Persepsi, dan Sikap), ketiga variabel tersebut berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Perumahan Tiga Putri Residence PT. Reski Dua Bersaudara di Pekanbaru. Artinya, semakin ditingkatkan variabel (Motivasi, Persepsi, dan Sikap) maka Keputusan Pembelian Perumahan Tiga Putri Residence PT. Reski Dua Bersaudara di Pekanbaru akan meningkat.
2. Dengan menggunakan Uji Hipotesis Secara Simultan (Uji F), menunjukkan bahwa variabel (Motivasi, Persepsi, dan Sikap) secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Perumahan Tiga Putri Residence PT. Reski Dua Bersaudara di Pekanbaru.
3. Untuk hasil Uji Hipotesis dengan menggunakan Uji Secara Parsial (Uji t), diketahui bahwa variabel Motivasi (X_1) mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Perumahan Tiga Putri Residence

PT. Reski Dua Bersaudara di Pekanbaru, untuk Persepsi (X2) mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Perumahan Tiga Putri Residence PT. Reski Dua Bersaudara di Pekanbaru, dan untuk Sikap (X3) juga mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Perumahan Tiga Putri Residence PT. Reski Dua Bersaudara di Pekanbaru.

4. Untuk hasil uji koefisien determinasi (R^2) menunjukkan bahwa kontribusi variabel independen (Motivasi, Persepsi, dan Sikap) terhadap variabel dependen (Keputusan Pembelian) sebesar 53,1%. Sedangkan sisanya yaitu 46,9% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

6.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan maka diajukan beberapa saran antara lain:

1. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa variabel Motivasi berpengaruh terhadap variabel Keputusan Pembelian pada Perumahan Tiga Putri Residence PT. Reski Dua Bersaudara, dimana motivasi itu sendiri merupakan dorongan dari dalam diri konsumen yang mendorong mereka untuk melakukan pembelian. oleh karena itu, disarankan agar pihak perusahaan lebih memperhatikan kembali motivasi apa yang menjadi dasar dari keputusan pembelian konsumen, sehingga perusahaan dapat meningkatkan penjualannya.
2. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa variabel Persepsi berpengaruh terhadap variabel Keputusan Pembelian pada Perumahan Tiga Putri Residence



PT. Reski Dua Bersaudara, dimana persepsi adalah suatu proses memilih stimuli, mengorganisir dan menginterpretasikan menjadi informasi yang kemudian konsumen akan melakukan keputusan pembelian. oleh karena itu, disarankan kepada perusahaan agar lebih memperhatikan persepsi setiap konsumen sebelum menawarkan produknya, karena setiap konsumen memiliki persepsi yang berbeda-beda dalam mengambil sebuah keputusan pembelian.

3. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa variabel Sikap berpengaruh terhadap variabel Keputusan Pembelian pada Perumahan Tiga Putri Residence PT. Reski Dua Bersaudara, dimana sikap merupakan cara konsumen menggambarkan perasaannya terhadap suatu objek atau ide. Oleh karena itu, disarankan kepada perusahaan agar lebih memperhatikan sikap konsumen karena sikap juga merupakan salah satu konsep yang paling penting digunakan oleh pemasar dalam memahami konsumen.
4. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa variabel Keputusan Pembelian dapat dipengaruhi oleh faktor psikologi konsumen seperti Motivasi, Persepsi, dan Sikap, dimana faktor Motivasi, Persepsi, dan Sikap mempunyai pengaruh sebesar 53,1% sedangkan 46,9% disebabkan oleh faktor lain. Oleh karena itu, disarankan agar perusahaan tidak hanya melihat dari satu sisi saja namun harus melihat dari sisi lain dengan cara melakukan penelitian lanjutan menggunakan variabel-variabel lain yang belum diketahui selain Motivasi, Perepsi, dan Sikap. Sehingga perusahaan dapat lebih meningkatkan kualitas dari produk dan meningkatkan penjualan.

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.

