

BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Penelitian ini dilaksanakan untuk menguji pengaruh variabel citra merek, kelompok rujukan, dan motivasi konsumen terhadap keputusan pembelian sepeda motor *matic* Honda Vario di Kecamatan Tanah Putih Kabupaten Rokan Hilir. Dari hasil dan analisis data serta pembahasan pada bab sebelumnya dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Variabel Citra Merek (X1) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian sepeda motor *matic* Honda Vario pada masyarakat Kecamatan Tanah Putih Kabupaten Rokan Hilir dengan nilai t hitung (4,682) > t tabel (1,989) dan signifikansi (0,000) < 0,05.
2. Variabel Kelompok Rujukan (X2) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian sepeda motor *matic* Honda Vario pada masyarakat Kecamatan Tanah Putih Kabupaten Rokan Hilir dengan nilai t hitung (3,548) > t tabel (1,989) dan signifikansi (0,000) < 0,05.
3. Variabel Motivasi konsumen (X3) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian sepeda motor *matic* Honda Vario pada masyarakat Kecamatan Tanah Putih Kabupaten Rokan Hilir dengan nilai t hitung (7,927) > t tabel (1,989) dan signifikansi (0,000) < 0,05. Berdasarkan hasil analisis uji regresi parsial menunjukkan bahwa variabel yang memiliki pengaruh terbesar (dominan) terhadap keputusan pembelian adalah variabel motivasi konsumen dalam membeli sepeda motor *matic* Honda Vario.

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.

4. Variabel citra merek, kelompok rujukan, dan motivasi secara bersama-sama (simultan) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian sepeda motor *matic* Honda Vario pada masyarakat Kecamatan Tanah Putih Kabupaten Rokan Hilir. Hal ini dapat dilihat dari hasil F hitung ($63,745$) > F tabel ($2,713$) dengan signifikansi probabilitas sebesar $(0,000) < 0,05$. Berdasarkan hasil perhitungan koefisien determinasi nilai Adjusted R Square sebesar $0,695$. Hal ini bahwa variabel citra merek, kelompok rujukan, dan motivasi konsumen secara keseluruhan memberikan pengaruh sebesar $69,5\%$ terhadap keputusan pembelian sepeda motor *matic* Honda Vario pada masyarakat Kecamatan Tanah Putih Kabupaten Rokan Hilir. Sedangkan sisanya sebesar $30,5\%$ dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

6.2 Saran

1. Pembelian sepeda motor *matic* dipengaruhi oleh faktor citra merek, kelompok rujukan, dan motivasi konsumen yang bersangkutan, berdasarkan hal tersebut perusahaan hendaknya mempertahankan dan meningkatkan citra produk maupun perusahaan. Selain itu perusahaan juga sebaiknya lebih menonjolkan nilai-nilai persahabatan dan mengutamakan perlindungan terhadap konsumen dalam pemasarannya.
2. Bagi peneliti selanjutnya yang tertarik dengan tema yang sama bisa dikembangkan dengan menambah jumlah data yang diteliti sehingga hasil yang diperoleh lebih akurat dan mempunyai cakupan yang luas.