

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

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

## BAB VI

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 6.1 Kesimpulan

1. Produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian sepeda motor kawasaki KLX 150 pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial UIN Suska Riau dengan signifikansi sebesar  $0,006 < 0,05$
2. Gaya Hidup memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian sepeda motor kawasaki KLX 150 pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial UIN Suska Riau dengan signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$
3. Persepsi Kualitas memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian sepeda motor kawasaki KLX 150 pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial UIN Suska Riau dengan signifikansi sebesar  $0,005 < 0,05$
4. Nilai  $F_{hitung} (49,511) > F_{tabel} (2,73)$  dengan sig.  $(0,000) < (0,05)$ . Artinya produk, gaya hidup, persepsi kualitas memiliki pengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian sepeda motor Kawasaki KLX 150 pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial UIN Suska Riau
5. Nilai  $R$  sebesar 0,819 atau 81,9% berarti terdapat hubungan antara produk, gaya hidup dan persepsi kualitas sebesar 81,9%. Sementara nilai  $R Square$  sebesar 0,670 atau 67%, berarti produk, gaya hidup dan persepsi kualitas dapat mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli

sepeda motor Kawasaki KLX 150 sebesar 67% dan sisanya 33% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

## 6.2 Saran

1. Perusahaan Kawasaki sebaiknya lebih mempromosikan lagi produk sepeda motor Kawasaki KLX 150 melalui media televisi, koran, media online dan lain sebagainya untuk menyebar luaskan informasi. perusahaan juga bisa mempromosikannya dengan mengadakan event-event seperti mengadakan balapan sepeda motor cross dan event-event prestasi lainnya agar lebih menarik minat konsumen untuk membeli sepeda motor trail Kawasaki khususnya Kawasaki KLX 150.
2. Perusahaan juga disarankan agar memperhatikan gaya hidup konsumen dengan cara melihat aktivitas, ketertarikan dan opini dimana produk akan dipasarkan serta memperhatikan sikap konsumen dan faktor-faktor situasional yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian.
3. Bagi peneliti sebaiknya lebih mengembangkan lagi faktor-faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian sepeda motor Kawasaki KLX 150 dan memperluas sampelnya.

### 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.