

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

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 6.1 Kesimpulan

Setelah melakukan pembahasan mengenai masalah pengaruh Motivasi dan Persepsi konsumen dalam keputusan membeli handphone merek ASUS , maka dapat ditarik kesimpulan antara lain:

1. Hasil uji t menunjukkan bahwa variable Motivasi berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk Handphone merek Asus pada Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial UIN SUSKA Riau. Dikarenakan kebanyakan responden menyatakan harga handphone merek ASUS terjangkau, tersedia di tiap-tiap konter atau toko handphone dan karena kualitasnya bersaing.
2. Hasil uji t menunjukkan bahwa variable Persepsi berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk Handphone merek Asus pada Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial UIN SUSKA Riau. Dikarenakan responden menyatakan handphone merek Asus memiliki fitur yang berbeda dengan handphone yang lain, tersedia dengan berbagai spec, fitur dan warna.
3. Hasil uji f menunjukkan bahwa variable Motivasi dan Persepsi berpengaruh secara simultan dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk Handphone merek Asus pada Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial 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.

4. Dengan melihat nilai R Square yang telah di jelaskan pada pembahasan membuktikan bahwa Motivasi dan Persepsi memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian produk Handphone merek Asus pada Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial UIN SUSKA Riau sebesar 54,5% dan sisanya 45,5% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti pada penelitian ini.

## 6.2 Saran

Adapun saran-saran yang dapat penulis berikan sehubungan dengan hasil penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Asus juga harus mempertahankan kualitas dan citra positif dan menjalin hubungan baik dengan para konsumennya, agar konsumen terus setia menggunakan produk ASUS dari berbagai *spesifikasi*, fitur, warna yang dikeluarkan nantinya. Hendaknya ASUS terus berinovasi dalam kualitasnya, desain, fitur, aplikasi dan lainnya, supaya peminat ASUS terus bertambah.
2. Tingkat kepercayaan pada pelanggan dapat meningkatkan loyalitas pelanggan. Hal ini dikarenakan pelanggan telah mempunyai persepsi positif pada suatu produk dan mendorong mereka untuk melakukan pembelian ulang. Maka perusahaan Asus harus memberikan kualitas terbaik pada produk dan pelayanan serta tetap menjaga citra yang baik dimata pelanggan supaya mereka percaya bahwa produk *Smartphone* Asus tidak akan mengecewakan mereka sehingga mereka akan tetap loyal pada produk tersebut.

3. Untuk penelitian selanjutnya, sebaiknya meneliti variabel selain yang diteliti (motivasi dan persepsi) yang lebih berpengaruh terhadap keputusan pembelian.



**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.