

## BAB VI

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis penelitian dan pembahasan diatas dapat disimpulkan bahwa :

1. Hasil uji t menunjukkan bahwa variabel persepsi kualitas berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk Honda Scoopy pada masyarakat Kecamatan Tambang, Kabupaten Kampar. Dikarenakan responden menyatakan bahwa Honda Scoopy ini irit dan gesit
2. Hasil uji t menunjukkan bahwa variabel gaya hidup berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk Honda Scoopy pada masyarakat Kecamatan Tambang, Kabupaten Kampar. Dikarenakan responden menyatakan bahwa Honda Scoopy ini sesuai dengan kebutuhan apalagi untuk anak muda.
3. Hasil uji f menunjukkan bahwa variabel persepsi kualitas dan gaya hidup berpengaruh secara simultan dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk Honda scoopy pada masyarakat Kecamatan Tambang, Kabupaten Kampar
4. Dengan melihat nilai R Square yang telah di jelaskan pada pembahasan membuktikan bahwa persepsi kualitas dan gaya hidup memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian produk Honda Scoopy pada masyarakat Kecamatan Tambang, Kabupaten Kampar sebesar 53% dan sisanya 47% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti pada penelitian ini.

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.

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.

## 6.2 Saran

1. Untuk peneliti selanjutnya hendaknya lebih mengembangkan faktor-faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian oleh konsumen pada produk Honda Scoopy dengan melihat trend ikut-ikutan dari konsumen tersebut.
2. Untuk penelitian yang akan datang disarankan untuk mencari ruang lingkup populasi yang berbeda dan lebih luas dari populasi dalam penelitian ini. Sampel yang digunakan sebaiknya juga lebih banyak daripada sampel dalam penelitian ini, dengan demikian penelitian lanjutan tersebut dapat semakin memberikan gambaran yang lebih spesifik mengenai pengaruh persepsi dan kualitas terhadap keputusan pembelian.
3. Honda Scoopy merupakan sepeda motor dengan segmen pasar anak muda. Konsumen harus lebih melihat keunggulan dari produk Honda Scoopy ini dibandingkan produk lainnya apakah sudah sesuai dengan segmen pasarnya.
4. 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 Honda harus memberikan kualitas terbaik pada produk dan pelayanan serta tetap menjaga citra yang baik di mata pelanggan supaya mereka percaya bahwa produk Honda tidak akan mengecewakan mereka sehingga mereka akan tetap loyal pada produk Honda.