

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

### PENUTUP

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

#### 6.1 Kesimpulan

1. Motivasi berpengaruh positif terhadap keputusan konsumen menggunakan jasa leasing PT Finansia Multi Finance Cabang Pekanbaru Pos Bangkinang. Hal ini dibuktikan dengan hasil statistik koefisien regresi mempunyai nilai 0,380. Nilai  $t_{hitung}(3.213) > t_{tabel} (1,987)$  dan signifikasi sebesar  $(0,002) < 0,05$ .
2. Persepsi berpengaruh positif terhadap keputusan konsumen menggunakan jasa leasing PT Finansia Multi Finance Cabang Pekanbaru Pos Bangkinang. Hal ini dibuktikan dengan hasil statistik dan koefisien regresi mempunyai nilai positif 0,195 dan nilai  $t_{hitung} (1.967) < t_{tabel} (1,987)$  dan signifikasi sebesar  $(0,052) > 0,05$ .
3. Pembelajaran berpengaruh positif terhadap keputusan konsumen menggunakan jasa leasing PT Finansia Multi Finance Cabang Pekanbaru Pos Bangkinang. Hal ini dibuktikan dengan hasil statistik koefisien regresi mempunyai nilai positif 0,121, dan nilai  $t_{hitung}(1.412) < t_{tabel} (1,987)$  dan signifikasi  $(0,161) > 0,05$ .
4. Memori berpengaruh positif terhadap keputusan konsumen menggunakan jasa leasing PT Finansia Multi Finance Cabang Pekanbaru Pos

## 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.

Bangkinang. Hal ini dibuktikan dengan hasil statistik koefisien regresi mempunyai nilai positif 0,208, dan nilai  $t_{hitung} (2.698) > t_{tabel} (1,987)$  dan signifikansi  $(0,008) < 0,05$

5. Motivasi, Persepsi, Pembelajaran, dan Memori berpengaruh terhadap keputusan konsumen menggunakan jasa leasing PT Finansia Multi Finance Cabang Pekanbaru Pos Bangkinang hal ini dibuktikan dengan nilai  $F_{hitung} (59.603) > F_{tabel} (2,473)$  dengan signifikansi probabilitas sebesar  $(0,000) < 0,05$ .
6. Variabel Motivasi, Persepsi, Pembelajaran, dan Memori mampu menjelaskan variabel keputusan konsumen sebesar 71,7 %. Selebihnya sebesar 28,3% perubahan nilai dependen dijelaskan oleh variabel lain yang tidak ada dalam penelitian ini.

## 6.2 Saran

Berdasarkan hasil dan penelitian dan kesimpulan yang telah diuraikan maka penulis mengemukakan saran-saran sebagai berikut :

1. Bagi perusahaan

Meningkatkan mutu pelayanan terhadap para konsumen/ pelanggan yang menggunakan jasa leasing yang dikelola perusahaan, terutama yang berkaitan dengan kemudahan dalam proses pelayanan administrasi kredit pembiayaan dan berupaya secara maksimal untuk dapat menarik minat calon konsumen jasa leasing dengan cara menyediakan berbagai macam hadiah bagi konsumen, menyediakan fasilitas kredit tanpa uang muka maupun dengan cara memberikan diskon angsuran, dan sebagainya.

**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.

## 2. Peneliti selanjutnya

Penelitian selanjutnya dapat mengembangkan penelitian ini dengan meneliti faktor lain yang dapat mempengaruhi keputusan konsumen, misalnya keputusan tentang jenis produk, keputusan tentang bentuk produk, keputusan tentang merek, keputusan tentang penjualannya, keputusan tentang jumlah produk, dan keputusan tentang waktu pembelian, keputusan tentang cara pembayaran. Peneliti selanjutnya juga dapat menggunakan metode lain dalam meneliti keputusan konsumen, sehingga informasi yang diperoleh dapat lebih bervariasi dari pada angket yang jawabannya telah tersedia.