

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan sebelumnya, terkait dengan Motivasi Konsumen, Persepsi, dan Sikap Konsumen terhadap keputusan pembelian smartphone Vivo di Erafone Ciputra World Mall Surabaya, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Hasil pengujian ini menunjukkan bahwa Motivasi Konsumen berkontribusi terhadap keputusan pembelian Smartphone di Erafone Ciputra World Mall Surabaya. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi Motivasi Konsumen maka semakin tinggi juga minat konsumen dalam melakukan keputusan pembelian .
2. Hasil pengujian ini menunjukkan bahwa Persepsi konsumen memberikan kontribusi terhadap keputusan pembelian Smartphone di Erafone Ciputra World Mall Surabaya. Hal ini menunjukkan bahwa persepsi konsumen yang positif maka semakin tinggi juga minat konsumen dalam melakukan keputusan pembelian .
3. Hasil pengujian ini menunjukkan bahwa Sikap Konsumen berkontribusi terhadap keputusan pembelian Smartphone di Erafone Ciputra World Mall Surabaya. Hal ini menunjukkan bahwa sikap konsumen yang positif terhadap suatu produk maka semakin tinggi juga minat konsumen dalam melakukan keputusan pembelian.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas maka terdapat beberapa saran yang dapat diberikan oleh peneliti, diantaranya sebagai berikut :

1. Erafone Ciputra World Mall Surabaya diharapkan dapat menyediakan produk setiap saat, dikarenakan konsumen membeli Smartphone Vivo karena kebutuhan dan akan digunakan setiap saat, supaya dapat meningkatkan keputusan pembelian, karena telah terbukti bahwa Motivasi Konsumen berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.
2. Erafone Ciputra World Mall Surabaya diharapkan dapat memberikan pemahaman mengenai kegunaan produk smartphone Vivo kepada konsumen, supaya dapat meningkatkan keputusan pembelian, karena telah terbukti bahwa Persepsi berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian.
3. Erafone Ciputra World Mall Surabaya diharapkan dapat meyakinkan konsumen mengenai produk Smartphone Vivo merupakan produk yang dapat diandalkan, supaya dapat meningkatkan keputusan pembelian, karena telah terbukti bahwa Sikap Konsumen berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian.