

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengujian dengan menggunakan analisis PLS untuk menguji pengaruh beberapa variabel terhadap *Keputusan Pembelian* produk W175 di PT. Surapita Unitrans serta beberapa pembahasan hasil yang dikemukakan, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. *Motivasi Konsumen* mempunyai kontribusi terhadap *Keputusan Pembelian* di PT. Surapita Unitrans. Hal ini membuktikan bahwa *Motivasi Konsumen* dapat mempengaruhi *Keputusan Pembelian* konsumen PT. Surapita Unitrans. Semakin tinggi tingkat *Motivasi Konsumen* terhadap produk maka semakin tinggi pula tingkat *Keputusan Pembelian* yang dilakukan konsumen.
2. *Persepsi Konsumen* mempunyai kontribusi terhadap *Keputusan Pembelian* di PT. Surapita Unitrans. Hal ini membuktikan bahwa *Persepsi Konsumen* dapat mempengaruhi *Keputusan Pembelian* konsumen PT. Surapita Unitrans. Semakin tinggi tingkat *Persepsi Konsumen* terhadap produk maka semakin tinggi pula tingkat *Keputusan Pembelian* yang dilakukan konsumen.
3. *Sikap Konsumen* mempunyai kontribusi terhadap *Keputusan Pembelian* di PT. Surapita Unitrans. Hal ini membuktikan bahwa *Sikap Konsumen* dapat mempengaruhi *Keputusan Pembelian* konsumen PT. Surapita Unitrans. Semakin tinggi tingkat *Sikap Konsumen* dalam menanggapi produk maka semakin tinggi pula tingkat *Keputusan Pembelian* yang dilakukan konsumen.

5.2 Saran

Sebagai implikasi dari hasil penelitian ini dapat disampaikan beberapa saran yang dapat dipertimbangkan dan digunakan sebagai bahan pada pengambilan keputusan :

1. Hendaknya PT. Surapita Unitrans terus melakukan inovasi dan terobosan yang baru seiring berjalannya waktu agar tetap eksis dalam pasar otomotif. Karena konsumen telah melihat adanya perbedaan dari merek lain terhadap merek Kawasaki ini sehingga perusahaan akan selalu menjadi *top of mind* bagi konsumen maupun calon konsumen.
2. Selain menjual produk motor beserta suku cadangnya, perusahaan juga bisa menambah jasa lain seperti kostumisasi atau *custom* motor ini sebagai layanan pasca penjualan terhadap konsumen yang ingin merubah penampilan motornya sesuai dengan keinginan mereka. Hal ini bisa menjadi daya tarik bagi konsumen yang sudah membeli produk tersebut maupun calon konsumen.
3. Bagi peneliti berikutnya diharapkan bisa menggunakan variabel lain yang diduga bisa mempengaruhi *Keputusan Pembelian*. Karena dilihat pada R – Square pada penelitian ini adalah sebesar 58,22%, Sedangkan sisanya sebesar 41,78% dijelaskan oleh variabel lain diluar penelitian ini (selain *Motivasi Konsumen, Persepsi Konsumen* dan *Sikap Konsumen*).