

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan

Proses penarikan simpulan dalam penelitian ini adalah berdasar pada rumusan masalah yang diajukan serta hasil uji hipotesis yang telah dilakukan. Faktor motivasi, faktor persepsi, faktor pembelajaran, dan faktor sikap secara bersama-sama terbukti berpengaruh terhadap variabel keputusan pembelian. Hasil ini didasarkan pada nilai Signifikansi (p-value) yang dihasilkan sebesar 0,009 lebih kecil dari 0,05, dan nilai F hitung lebih besar dari nilai F tabel.

B. Saran

Saran yang diajukan adalah sebagai berikut:

1. Evaluasi mengenai perilaku konsumen khususnya faktor psikologis (terdiri dari faktor motivasi, persepsi, pembelajaran dan sikap konsumen) perlu mendapat perhatian khusus untuk dilakukan secara terus menerus. Hal ini akan membantu pihak manajemen Auto 2000 Palembang di bidang pemasaran produknya terutama dalam mengenali kebutuhan konsumen serta proses keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen tersebut.
2. Pihak manajemen Auto 2000 Palembang harus senantiasa menyediakan kotak saran atau kotak keluhan pelanggan. Hal ini sebagai langkah nyata pihak manajemen Auto 2000 Palembang dalam melaksanakan manajemen keluhan pelanggan dan mengurangi jumlah keluhan tersebut dan menggantikannya

sebagai peluang dalam memasarkan produk Kijang Innova secara lebih baik lagi. Langkah ini juga sebagai bentuk nyata kepedulian manajemen Auto 2000 Palembang terhadap kebutuhan dan kesan konsumen atas produk Kijang Innova yang dipasarkan saat ini.