

## **BAB V**

### **SIMPULAN, SARAN DAN KETERBATASAN PENELITIAN**

#### **A. Simpulan**

Berdasarkan hasil analisis data dan pengujian hipotesis yang dilakukan menggunakan SPSS versi 25 sebagai alat untuk menguji 3 hipotesis penelitian yaitu motivasi, persepsi konsumen, dan sikap konsumen terhadap keputusan pembelian dengan obyek sepeda motor Honda matic di Yogyakarta, dapat ditarik kesimpulan bahwa:

1. Berdasarkan pengujian hipotesis 1, diperoleh bahwa motivasi, persepsi konsumen dan sikap konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda matic di Yogyakarta. Sehingga H1 diterima.
2. Berdasarkan pengujian hipotesis 2, diperoleh bahwa motivasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda matic di Yogyakarta. Sehingga H2 diterima.
3. Berdasarkan pengujian hipotesis 3, diperoleh bahwa persepsi konsumen berpengaruh negatif signifikan terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda matic di Yogyakarta. Sehingga H3 ditolak
4. Berdasarkan pengujian hipotesis 4, diperoleh bahwa sikap konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda matic di Yogyakarta. Sehingga H4 diterima.

## **B. Saran**

Berdasarkan hasil penelitian, saran dan masukan yang dapat peneliti berikan sebagai berikut:

1. Bagi konsumen disarankan dalam melakukan keputusan pembelian berpedoman pada aspek motivasi, persepsi konsumen, dan sikap konsumen yang timbul dalam diri konsumen sehingga dapat diharapkan memilih produk sesuai dengan kebutuhan.
2. Untuk penelitian selanjutnya disarankan untuk menambah variabel lain yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian yaitu psikologi konsumen secara internal diantaranya pembelajaran, memori, personal dan emosi

## **C. Keterbatasan penelitian**

Pada penelitian ini, peneliti menyadari bahwa masih banyak keterbatasan pada penelitian ini, yang meliputi:

1. Pada penelitian ini, peneliti hanya menggunakan variabel independen yaitu motivasi, persepsi konsumen, dan sikap konsumen. Sehingga tidak mampu menggambarkan pengaruh keputusan pembelian secara keseluruhan, Karena masih banyak lagi aspek-aspek
2. Penelitian ini menyebar hanya di satu titik disetiap kabupaten. Sehingga untuk penelitian selanjutnya diharapkan dapat menambah spot dalam penyebaran