

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh secara bersama sama antara motivasi, persepsi, pembelajaran dan sikap konsumen secara simultan terhadap keputusan pembelian produk sepatu nike di Yogyakarta. hal ini dibuktikan karena nilai sig nifikansi yang diperoleh sebesar $0,000 < 0,05$.
2. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara persepsi konsumen terhadap keputusan pembelian produk sepatu nike di Yogyakarta. hal ini dibuktikan karena nilai sig nifikansi yang diperoleh sebesar $0,017 < 0,05$.
3. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara sikap konsumen terhadap keputusan pembelian produk sepatu nike di Yogyakarta. hal ini dibuktikan karena nilai sig nifikansi yang diperoleh sebesar $0,009 < 0,05$.
4. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara motivasi konsumen terhadap keputusan pembelian produk sepatu nike di Yogyakarta. hal ini dibuktikan karena nilai sig nifikansi yang diperoleh sebesar $0,009 < 0,05$.
5. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara pengaruh pembelajaran konsumen terhadap keputusan pembelian produk sepatu

nikedi Yogyakarta. hal ini dibuktikan karena nilai signifikansi yang diperoleh sebesar $0,043 < 0,05$.

B. Saran

Untuk penelitian di masa yang akan datang, hendaknya variabel penelitian yang mempengaruhi keputusan penggunaan konsumen tidak hanya variabel motivasi, sikap, persepsi dan pembelajaran konsumen saja melainkan ditambahkan variabel lainnya. Hal ini dilakukan agar memperoleh kesimpulan yang lebih baik lagi sehingga dapat dijadikan sebagai landasan pengambilan keputusan yang baik bagi sebuah perusahaan.

C. Keterbatasan Masalah

Penelitian ini hanya dilakukan untuk seluruh konsumen sepatu Nike, Maka sebaiknya untuk penelitian selanjutnya agar dapat meneliti semua produk Nike secara spesifik.