

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1. Kesimpulan**

Dari hasil penelitian tentang pengaruh kelompok acuan, keadaan ekonomi, dan motivasi terhadap keputusan pembelian di UD. Ahass 126 Sinar Baru di Pamekasan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa kelompok acuan, keadaan ekonomi, dan motivasi mempunyai pengaruh signifikan secara simultan terhadap keputusan pembelian konsumen.
2. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa kelompok acuan dan keadaan ekonomi tidak mempunyai pengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian konsumen. Sedangkan motivasi mempunyai pengaruh secara parsial kepada keputusan pembelian.
3. Variabel yang pengaruhnya paling dominan terhadap keputusan pembelian konsumen adalah variabel motivasi.

#### **5.2. Saran-saran**

1. Bagi Peneliti Selanjutnya

Dapat dijadikan sebagai rujukan dalam melakukan penelitian selanjutnya terlebih mengenai perilaku konsumen yaitu kelompok acuan, keadaan ekonomi dan motivasi.

2. Bagi Pihak Manajemen UD. Sinar Baru di Pamekasan.

- a. Untuk meningkatkan dan mempertahankan keputusan pembelian konsumen

terhadap produk sepeda motor merek Honda Beat yang dijual, maka yang perlu diperhatikan oleh pihak manajemen UD. Ahass 126 Sinar Baru Pamekasan, yaitu: variabel motivasi, karena dari ketiga variabel tersebut hanya variabel motivasi berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian konsumen.

- b. Melihat rendahnya nilai rata-rata dan kontribusi dari variabel kelompok acuan dan keadaan ekonomi, dalam kaitannya terhadap keputusan pembelian. Maka, hal yang perlu diperhatikan oleh pihak manajemen UD. Ahass 126 Sinar Baru Pamekasan adalah harus lebih meningkatkan lagi segala hal yang berkaitan dengan item variabel kelompok acuan, seperti; teman, tetangga, keluarga, relasi atau rekan kerja. Serta item variabel keadaan ekonomi, seperti ; pendapatan konsumen, tabungan dan kekayaan konsumen terhadap keputusan pembelian di UD. Ahass 126 Sinar Baru Pamekasan,