

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil yang diperoleh dari penelitian pengaruh psikologi konsumen terhadap keputusan pembelian konsumen, Di dapati hasil yang dapat di ambil kesimpulanya sebagai berikut :

- 1.) Faktor psikologis yang terdiri dari motivasi (X1), persepsi (X2), pembelajaran (X3), keyakinan dan sikap (X4) mempunyai pengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian Suzuki Satria FU 150.
- 2.) Faktor psikologis yang terdiri dari motivasi (X1), persepsi (X2), pembelajaran (X3), keyakinan dan sikap (X4) mempunyai pengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian Suzuki Satria FU 150
- 3.) Faktor psikologis yang terdiri dari motivasi (X1), persepsi (X2), pembelajaran (X3), keyakinan dan sikap (X4) yang mempunyai pengaruh secara dominan terhadap keputusan pembelian Suzuki Satria FU 150 adalah variabel keyakinan dan sikap (X4)

5.2 Saran

- 1.) Suzuki Indonesia

Hendaknya memberikan perhatian lebih kepada pentingnya Psikologi konsumen khususnya pada faktor (*Keyakinan dan sikap*), sebagai salah satu alat untuk meningkatkan penjualan produk Suzuki Satria FU 150, dan juga diharapkan dari hasil penelitian ini dapat memberikan masukan, terutama dalam kegiatan

marketing Suzuki Indonesia untuk menekankan kegiatan pemasaran dan berfokus pada keyakinan dan sikap konsumen.

2.) Masyarakat pada umumnya

Hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu konsumen Suzuki Satria FU dalam membentuk keyakinan dan menjadi bahan pertimbangan keputusan pembelian konsumen khususnya para peminat Suzuki Satria FU 150

3.) Penelitian selanjutnya

Dapat dimanfaatkan sebagai rujukan dalam melakukan penelitian berikutnya terutama mengenai analisis pengaruh Psikologi konsumen mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian

Selain itu peneliti selanjutnya diharapkan dapat meneruskan penelitian ini lebih luas, misalnya dengan menambah variabel lain pada faktor perilaku konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, J Y (2010) Analisis Pengaruh Motivasi Konsumen, Persepsi Kualitas, dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda (Studi pada Konsumen Sepeda Motor Honda di Semarang. Skripsi di publikasikan, Universitas Diponegoro Semarang.
- Amirullah. 2002. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta. Graha Ilmu.
- Azwar, Saifuddin. 2005. *Sikap Manusia: Teori dan Pengukurannya*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Fariqoh Hikmatul (2011) Analisis pengaruh faktor-faktor Psikologi terhadap keputusan pembelian ponsel Nokia di Semarang. Skripsi di publikasikan. Fakultas ekonomi Universitas Diponegoro Semarang.
- Fredereca, G Bunga dan Chairy (2010). Pengaruh Psikologi konsumen terhadap keputusan pembelian kembali Smartphone Blackberry. *Jurnal Manajemen Teori dan Terapan* | Tahun 3, No. 2, Agustus 2010.
- Ghoni, Abdul dan Tri Bodroastuti (2012). Pengaruh Faktor Budaya, Sosial, Pribadi Dan Psikologi Terhadap Perilaku Konsumen (Studi Pada Pembelian Rumah di Perumahan Griya Utama Banjardowo Semarang). Skripsi di publikasikan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Manggala, Semarang.
- Ghozali, Imam. 2006. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit UNDIP.
- Kiswati Sri (2010), Study tentang sikap konsumen atas merek Tolak Angin pada mahasiswa FE Undip Semarang. Tesis di publikasikan Program study Magister manajemen program pasca sarjana, Universitas Diponegoro Semarang.
- Kotler, Philip. 2004. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Milenium 1. Alih Bahasa: Hendra Teguh, dkk. Jakarta: Prehallindo.
- _____. 2005. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1. Jakarta: PT Indeks Kelompok Gramedia.
- _____. & Kevin Lane Keller (2009) *Manajemen Pemasaran edisi 13 jilid 1*. Erlangga. Jakarta.
- Lamb, Charles W. Joseph F Hair. Carl McDaniel. 2001. *Pemasaran: Marketing*. Buku Satu. Alih Bahasa: David Octarevia. Jakarta: Salemba Empat.

- Latief A W (2011). Analisis faktor psikologis konsumen dan pengaruhnya terhadap keputusan pembelian. *Jurnal administrasi Indonesia*, Volume 1 No 1 April 2011.
- Loudon, David L and Albert J. Della Bitta. 2004. *Consumer Behavior Concepts and Applications. Third Edition. Singapore: MC Graw Hill Inc.*
- Mangkunegara, Anwar Prabu. 2002. *Perilaku Konsumen*. Edisi Revisi. Bandung: Refika Aditama.
- Muranaka, A. S. 2012. Pengaruh Kepuasan Kerja dan Komitmen Terhadap Organizational Citizenship Behavior (OCB) pada Karyawan Bank Perkreditan Rakyat Dana Niaga Mandiri Makassar. Skripsi dipublikasikan, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin, Makassar.
- Mowen, John. C dan Minor, 2002. *Perilaku Konsumen*, Alih Bahasa Lina Salim SE, MBA, MA. Jilid 1. Edisi Kelima, Erlangga.
- Purwanto, Heri. 1999. *Pengantar Perilaku Manusia*. Jakarta: Kedokteran EGC.
- Robbins, Stephen. 2006. *Perilaku Organisasi*. Jakarta: PT Indeks. Kelompok Gramedia.
- Saputra, Rico dan Prof. Hatane Samuel.S.E.,M.S, (2013) 1-12 Analisa Pengaruh Motivasi, Persepsi, dan Sikap Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Mobil Daihatsu Xenia di Sidoarjo. *JURNAL MANAJEMEN PEMASARAN* Vol. 1, No. 1, Jurusan Manajemen Pemasaran, Universitas Kristen Petra, Surabaya.
- Schiffman, Leon G. Dan Lesli Lazar Kanuk. 2000. *Consumer Behavior*. 7th Edition. Upper Saddle River. New Jersey: Prentice Hall Inc.
- Setiadi, Nugroho. 2008. *Perilaku Konsumen. Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Solomon R. 2009. *Consumer Behavior, 8th Edition. New Jersey: Pearson Education*.
- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Cetakan Ke-13. Penerbit Alfabeta. Bandung.
- Suharyadi dan Purwanto, 2004. *Statistika untuk Ekonomi dan Keuangan Modern* *Bukui 2*. Penerbit Salemba Empat: Jakarta.

Supriyanti Heni, Soedjono (2013) Pengaruh faktor psikologis terhadap keputusan konsumen dalam pembelian Honda Vario di Surabaya. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen* Volume 1 Nomor 1, Januari 2013. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya.

Sutisna. 2003. *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Umar, H. 2005. *Metode Reset Bisnis*. PT. Gramedia Pustaka Umum. Jakarta.

Wahyuni, D.U. 2008. Pengaruh Motivasi, Persepsi, dan Sikap Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Merek Honda di Surabaya Barat. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*. Vol. 10 (1). hal. 30-37.

Widiyanto, Ibnu. 2008. *Pointers Metodologi Penelitian*. Semarang: CV Dikalina.

<http://triatmono.info/data-penjualan-tahun-2012/data-penjualan-motor-tahun-2013/>
di akses pada 3 april 2013

<http://autos.okezone.com/read/2014/01/06/53/922436/suzuki-masuk-tiga-besar-di-2013>
di akses pada 3 april 2013

<http://bintuahmad.wordpress.com/2012/06/13/motivasi-dalam-perspektif-islam-2/>
di akses pada 12 Juli 2014

<http://ibnuabbas.wordpress.com/2009/11/22/kedudukan-persepsi-dalam-islam/>
di akses pada 12 Juli 2014

<http://kartika-d.blogspot.com/2013/07/belajar-dalam-perspektif-islam.html>
di akses pada 12 Juli 2014

<http://mafulhidayat.blogspot.com/2012/02/indahnyaberbaik-sangka-husnudzan.html>
di akses pada 12 Juli 2014

<http://users6.nofeehost.com/alquranonline/AlQuran.asp>
diakses pada 12 Juli 2014