

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan analisis pengujian hipotesa dan pembahasan, maka dapat disimpulkan sebagai berikut.

1. Berdasarkan uji F, diketahui variabel bebas yang terdiri dari harga, produk, merek dan selera secara simultan tidak berpengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian karena nilai F hitung lebih kecil dibandingkan F tabel
2. Variabel selera ( $X_4$ ) merupakan variabel yang paling dominan berpengaruh terhadap keputusan pembelian dibandingkan variabel yang lain, itu berarti hipotesis ditolak.
3. Selera merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli. Keputusan konsumen dalam melakukan pembelian akan meningkat jika suatu perusahaan dapat menghasilkan produk yang sesuai dengan selera konsumen. Apabila produk yang ditawarkan sesuai dengan selera dan kemampuan konsumen untuk membayar maka keputusan konsumen untuk membeli akan semakin besar.

#### **B. Saran**

Adapun saran yang perlu oleh pihak keputusan

1. Berkaitan dengan selera merupakan variabel yang paling dominan berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen, oleh sebab itu produsen sepeda motor hendaknya mengikuti selera/keinginan konsumen.
2. Berkaitan dengan produk, perlu adanya diversifikasi produk, maksudnya adalah perusahaan perlu mengeluarkan varian lain yang ditunjukkan untuk segmentasi tertentu misalnya nuansa racing dengan warna triple tone dan

pemberian rem cakram untuk ban depan dan ban belakang serta velg racing , varian ini diperuntukkan kaum muda, sedangkan untuk kawula dewasa dikeluarkan varian dengan warna-warna yang senada dan tidak mencolok serta meningkatkan kualitas motor itu sendiri

3. Berkaitan dengan harga, hendaknya menyesuaikan harga dengan tingkat pendapatan masyarakat sehingga dapat meningkatkan konsumen dalam pembelian sepeda motor .
4. Berkaitan dengan merek, pada saat ini persaingan antara merek merek sepeda motor di indonesia semakin ketat, oleh karena itu sebaiknya produsen sepeda motor memberikan kualitas terbaik yang bisa dibanggakan oleh konsumen itu sendiri.