

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan analisis data dan evaluasi pengaruh kualitas produk ( $X_1$ ) dan motivasi ( $X_2$ ) terhadap keputusan pembelian ( $Y$ ) pada mahasiswa ekonomi Universitas Negeri Medan, maka penulis menarik kesimpulan dan saran yang mungkin dapat bermanfaat bagi pihak – pihak yang berkepentingan dalam upaya meningkatkan jumlah produktivitas dan pengembangan kualitas suatu produk di masa mendatang.

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan dalam penelitian ini, maka terdapat beberapa kesimpulan yaitu :

1. Diperoleh persamaan jalur sebagai berikut :  
$$Y = 0.474 X_1 + 0.497 X_2 + 0,938 \varepsilon_1$$
2. Pengaruh kualitas produk yang secara langsung mempengaruhi keputusan pembelian adalah sebesar 22,4% (0,224) dan pengaruh secara tidak langsung melalui hubungannya dengan motivasi adalah sebesar 22,0% (0,220). Dengan demikian, secara total, kualitas produk mempengaruhi keputusan pembelian sepeda motor Yamaha sebesar 44,4% (0,444).
3. Pengaruh motivasi yang secara langsung mempengaruhi keputusan pembelian adalah sebesar 24,7% (0,247) dan pengaruh secara tidak

langsung melalui hubungannya dengan kualitas produk adalah sebesar 22,0% (0,220). Dengan demikian, secara total, motivasi mempengaruhi keputusan pembelian sepeda motor Yamaha sebesar 46,7% (0,467).

4. Kualitas produk dan motivasi secara bersama – sama mempengaruhi keputusan pembelian sepeda motor Yamaha sebesar 91.2% (0,912). Dan sisanya 8,8% (0,88) dipengaruhi oleh variabel lain diluar variabel yang diteliti.

## **5.2 Saran**

Berdasarkan penelitian yang telah dilaksanakan, maka penulis mengemukakan beberapa saran sebagai berikut:

1. Dari hasil penelitian yang telah dilakukan, diketahui bahwa motivasi dan kualitas produk sangat berperan penting dalam terjadinya suatu proses keputusan untuk melakukan pembelian, calon konsumen tentunya akan melakukan pembelian terhadap suatu produk, jika ia ada suatu hal yang membuatnya termotivasi untuk membeli produk tersebut, intinya jika konsumen merasa tertarik (termotivasi) dan memiliki suatu rasa kebutuhan terhadap produk tersebut, maka konsumen tersebut akan melakukan pembelian, untuk itu perlu dilakukan suatu pengembangan kualitas dan ide yang lebih kreatif dari suatu produk yang bersangkutan guna meningkatkan motivasi yang dimiliki calon konsumen untuk segera melakukan pembelian.

2. Untuk hasil yang lebih bagus lagi, bagi peneliti yang tertarik meneliti dalam kategori keputusan pembelian perlu dilakukan penelitian terhadap variabel variabel lainnya yang hasilnya akan menyempurnakan penelitian – penelitian yang telah dilakukan dan tentunya akan memperdalam ruang lingkup penelitian dan memperluas pemahaman melalui literatur – literatur yang lebih lengkap.