

## BAB V

### SIMPULAN DAN SARAN

#### A. Simpulan

Berdasarkan uraian yang telah dikemukakan dari hasil penelitian dan pembahasan mengenai pengaruh motivasi, persepsi dan sikap konsumen terhadap keputusan pembelian laptop Toshiba pada CV. Pejuang Komputer Palembang dan didukung oleh teori-teori yang melandasi hasil penelitian ini pada bab-bab sebelumnya, maka kesimpulan yang didapat adalah bahwa:

1. Variabel motivasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian, berdasarkan nilai  $t_{hitung}$  sebesar 2,853 lebih besar dari nilai  $t_{tabel}$  sebesar 1,990.
2. Variabel persepsi tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian berdasarkan nilai  $t_{hitung}$  -2,419 lebih kecil dari nilai  $t_{tabel}$  1.990.
3. Variabel sikap konsumen berpengaruh terhadap keputusan pembelian berdasarkan nilai  $t_{hitung}$  sebesar 5,604 lebih besar dari nilai  $t_{tabel}$  1,990.
4. Terdapat pengaruh dari variabel motivasi, persepsi dan sikap konsumen terhadap keputusan pembelian. Sebesar pengaruhnya adalah 54%

#### B. Saran

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan dan kesimpulan diatas yang menjelaskan bahwa motivasi, persepsi dan sikap konsumen secara bersama-sama mempengaruhi keputusan pembelian, Maka saran yang dapat diberikan sebagai berikut:

1. CV. Pejuang Komputer Palembang memiliki perkembangan penjualan laptop Toshiba yang meningkat setiap tahunnya dan mampu menembus pangsa pasar peringkat teratas laptop Toshiba terlaris di Indonesia dalam kurung waktu 3 tahun, tetap mempertahankan pasar diharapkan terus melakukan inovasi pada setiap produk laptop Toshiba yang dikeluarkan.
2. Bagi Peneliti yang akan datang, agar dilakukan penelitian lanjutan yang lebih khusus atau dengan variabel-variabel baru mengikuti perkembangan guna menambah wawasan yang lebih luas.