

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Selera berpengaruh terhadap keputusan pembelian motor merek N-Max dalam lingkup Kecamatan Pondok Tinggi dengan besar pengaruhnya adalah sebesar 6,83%.
2. Harga tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian motor merek N-Max dalam lingkup Kecamatan Pondok Tinggi dengan besar pengaruhnya hanya sebesar 0,38%.
3. Prestise tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian motor merek N-Max dalam lingkup Kecamatan Pondok Tinggi dengan besar pengaruhnya hanya sebesar 3,99%.
4. Secara parsial selera, harga dan prestise berpengaruh terhadap keputusan pembelian motor merek N-Max dalam lingkup Kecamatan Pondok Tinggi dengan besar pengaruhnya adalah sebesar 11,2%.

#### 5.2 Saran

Berdasarkan nilai TCR maka dapat disarankan sebagai berikut:

1. Pada variabel selera terdapat nilai TCR rendah yaitu pada pertanyaan “motor N-max dapat dimodifikasi sesuai selera” yaitu sebesar 68,75%, maka diharapkan kepada produsen motor N-Max bisa menerima

permintaan konsumen jika ada yang ingin mengkostumisasi produk yang akan dibelinya.

2. Pada variabel prestise terdapat nilai TCR terendah yaitu pada pertanyaan tentang “Saya terkesan dengan produk motor yang dijual” yaitu sebesar 72,00%, maka diharapkan kepada produsen dapat lebih meningkatkan kualitas produk dan desain motor N-Max dengan model terbaru.
3. Pada variabel harga terdapat nilai TCR terendah yaitu pada pertanyaan Harga yang ditawarkan lebih murah dari yang lain” yaitu sebesar 73,00%, maka dari itu diharapkan untuk produsen dapat menyesuaikan harga motor N-Max yang disertai dengan kesesuai yang telah di tetapkan oleh pemerintah terkait harga penjualan.
4. Berdasarkan dari koefisien determinasi didapati bahwa terdapat 88,8% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak di teliti dalam penelitian ini, maka dari itu disarankan untuk peneliti selanjutnya untuk dapat mengembangkan penelitian ini dengan variabel yang berbeda.