

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

1. Dari analisis diketahui H_0 ditolak atau F -hitung (19,157) > F -tabel (2,78) dan dengan tingkat signifikan 0,000, hal ini menunjukkan bahwa nilai probabilitas (0,000) lebih kecil dibanding dengan taraf signifikan sebesar 0,05 maka secara keseluruhan variabel independent (Pengaruh *Informational (informational influence)*, Pengaruh *Value-expressive (Value-expressive)*, Pengaruh *Utilitarian (Utilitarian Influence)* berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepeda motor di Yogyakarta Tahun 2007)
2. Dari hasil analisis H_0 ditolak maka variabel pengaruh *informational* berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan pembelian sepeda motor dengan taraf signifikansi 0,048, hal ini menunjukkan bahwa nilai probabilitas sebesar 0,048 lebih kecil dari taraf signifikan yang telah ditetapkan yaitu 0,05, dengan demikian variabel pengaruh *informational* berpengaruh secara signifikan terhadap variabel keputusan pembelian sepeda motor di Yogyakarta Tahun 2007).
3. Dari hasil analisis H_0 ditolak maka variabel pengaruh *value-expressive* berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan pembelian sepeda motor pada taraf signifikansi 0,017, hal ini menunjukkan bahwa nilai probabilitas lebih kecil dari taraf signifikan yang telah ditetapkan yaitu 0,05 dengan demikian

variabel pengaruh *value-expressive* berpengaruh secara signifikan terhadap variabel keputusan pembelian sepeda motor di Yogyakarta Tahun 2007).

4. Dari hasil analisis H_0 ditolak maka variabel pengaruh *utilitarian* berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan pembelian sepeda motor pada taraf signifikansi 0,004, atau probabilitas lebih kecil dari taraf signifikan yang telah ditetapkan yaitu 0,05, hal ini menunjukkan bahwa variabel pengaruh *Utilitarian* berpengaruh secara signifikan terhadap variabel keputusan pembelian sepeda motor di Yogyakarta Tahun 2007).

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian pengaruh *informational* mempunyai nilai probabilitas paling rendah dibandingkan dengan variabel lainnya, diharapkan agar pihak perusahaan dalam merekrut tenaga kerja memperhatikan faktor keahlian dan pengetahuan mengenai hasil produknya, terutama pada bagian marketing secara keseluruhan.

C. Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini hanya memfokuskan pengaruhnya variabel kelompok referensi (X) terhadap variabel keputusan pembelian sepeda motor (Y) tanpa memperhatikan variabel mana yang paling dominan berpengaruh, sehingga untuk peneliti lain diharapkan mengungkap variabel mana yang paling berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepeda motor

DAFTAR PUSTAKA

- Azwar, S. 1999. *Reliabilitas dan Validitas*. Yogyakarta : Pustaka pelajar.
- Hadi, Sutrisno (1989), *Statistik Jilid I*, Yogyakarta, Yayasan Penerbit Fakultas Psikologi Universitas Gadjah Mada.
- _____(1989), *Statistik Jilid II*, Yogyakarta, Yayasan Penerbit Fakultas Psikologi Universitas Gadjah Mada.
- _____(1989), *Statistik Jilid III*, Yogyakarta, Yayasan Penerbit Fakultas Psikologi Universitas Gadjah Mada.
- Kotler, Philip (1988), *Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation and control*, Edisi VI, Prentice-Hall Inc., Alih Bahasa: Jaka Wasana (1992), Jilid 1, Jakarta, Erlangga.
- Kotler, Philip (1988), *Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation and control*, Edisi VI, Prentice-Hall Inc., Alih Bahasa: Jaka Wasana (1992), Jilid 2, Jakarta, Erlangga.
- Singarimbun, Masri dan Sofian Efendi (Editor) (1991), *Metodologi Penelitian Survey*, Edisi Revisi, Jakarta, LP3ES
- Singgih, (2001), *Statistik Parametrik*. Penerbit: PT. Elex Media Komputindo. Jakarta.
- Winhandaru Setyo P, (2001), *Pengaruh Kelompok Referensi Terhadap Pembelian Sepeda Motor Di Yogyakarta*. Skripsi