

## 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