

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil uji dan analisa penelitian tentang “Pengaruh Motivasi Konsumen terhadap Keputusan Pembelian *Samsung Galaxy Smartphone*” (pada Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya), maka penulis dapat menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Nilai koefisien variabel motivasi rasional yang dihasilkan adalah sebesar 0,247 (24,7%), maka koefisien regresi variabel motivasi rasional (X_1) bernilai positif, artinya terjadi hubungan positif antara variabel motivasi rasional (X_1) dengan keputusan pembelian (Y). Semakin meningkat variabel motivasi rasional (X_1), maka semakin meningkat pula keputusan konsumen untuk membeli *Samsung Galaxy Smartphone*. Dan hasil perhitungan taraf signifikansi adalah sebesar $0,044 < 0,05$. Artinya adanya pengaruh secara signifikan antara variabel motivasi rasional terhadap keputusan pembelian *Samsung galaxy Smartphone*.
2. Nilai koefisien variabel motivasi emosional yang dihasilkan adalah sebesar 0,374 (37,4%), maka koefisien regresi variabel motivasi emosional (X_1) bernilai positif, artinya terjadi hubungan positif antara variabel motivasi emosional (X_1) dengan keputusan pembelian (Y). Semakin meningkat variabel motivasi emosional (X_1), maka semakin meningkat pula keputusan konsumen untuk membeli *Samsung Galaxy Smartphone*. Dan hasil perhitungan taraf signifikansi adalah sebesar $0,002 < 0,05$. Artinya ada pengaruh secara signifikan antara variabel motivasi emosional terhadap keputusan pembelian *Samsung Galaxy Smartphone*.
3. Melalui hasil tersebut nilai beta (koefisien regresi) terbesar adalah variabel motivasi emosional yaitu sebesar 0,374. Hal ini menunjukkan bahwa motivasi emosional merupakan variabel yang paling dominan mempengaruhi keputusan mahasiswa membeli *Samsung Galaxy Smartphone*, maka semakin tinggi motivasi emosional pada konsumen

seperti rasa bangga ataupun status sosial yang didapat, konsumen akan semakin berusaha untuk memenuhi kebutuhan dan keinginannya serta mencapai kepuasannya.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil yang diperoleh dari penelitian ini, penulis menyarankan beberapa saran yang mungkin akan berguna bagi pihak-pihak yang terkait, khususnya dalam hal untuk meningkatkan motivasi konsumen yang terdiri dari motivasi rasional dan motivasi emosional konsumen dalam mengkonsumsi produk yang dapat memberi keuntungan bagi perusahaan dan kepuasan yang akan didapat oleh konsumen yaitu:

1. Dilihat dari kesimpulan, penulis menyarankan agar perusahaan tetap memperhatikan harga yang sesuai dengan kemampuan daya beli mahasiswa, *design*, seri, fitur, dan pilihan warna yang menarik serta *service* dan garansi yang terjamin pada *Samsung Galaxy Smartphone*. Sehingga konsumen akan termotivasi untuk melakukan keputusan pembelian pada *Samsung Galaxy Smartphone*.
2. Selain itu perusahaan juga tetap memperhatikan hal yang membuat adanya rasa bangga, kenyamanan, tren, status dan ketertarikan konsumen terhadap produk *Samsung Galaxy Smartphone*, agar konsumen juga lebih termotivasi untuk melakukan pembelian. Karena motivasi konsumen atau mahasiswa baik secara rasional maupun emosional sudah berpengaruh terhadap keputusan pembelian *Samsung Galaxy Smartphone*.
3. Dan motivasi emosional merupakan variabel yang paling dominan, maka perusahaan bisa lebih baik lagi untuk menarik konsumen dengan lebih memperhatikan motivasi rasional konsumen, agar lebih banyak konsumen yang akan memutuskan untuk melakukan pembelian *Samsung Galaxy Smartphone* dan hal ini juga akan memberi keuntungan bagi perusahaan serta kepuasan yang akan didapat oleh konsumen dari kebutuhan dan keinginan konsumen yang terpenuhi tersebut.