



BAB 5

SIMPULAN DAN SARAN

BAB 5

SIMPULAN DAN SARAN

5.1. Simpulan

Berdasarkan hasil analisis, uji hipotesis dan pembahasan yang telah dilakukan pada bab 4, maka ditarik beberapa simpulan yaitu:

1. Hipotesis pertama yaitu diduga bahwa motivasi (X_1), persepsi (X_2), pembelajaran (X_3), dan sikap (X_4) memiliki pengaruh yang bermakna terhadap keputusan konsumen memilih reksadana asing pada PT Wahana Bersama Globalindo di Surabaya (Y) terbukti kebenarannya. Hipotesis ini dibuktikan dari hasil uji F yang didukung oleh hasil analisis koefisien regresi linier berganda, analisis koefisien korelasi berganda (R) dan koefisien determinasi berganda (R^2).
2. Hipotesis kedua yaitu diduga bahwa variabel motivasi memiliki pengaruh dominan terhadap keputusan konsumen memilih reksadana asing pada PT Wahana Bersama Globalindo di Surabaya terbukti kebenarannya. Hipotesis ini dibuktikan dari hasil uji t yang didukung oleh hasil analisis koefisien korelasi parsial (r) dan determinasi parsial (r^2).

5.2. Saran

Berdasarkan semua simpulan yang telah dikemukakan, maka saran yang dapat diberikan pada PT Wahana Bersama Globalindo adalah:

1. Melihat dari hasil penelitian ini, bahwa variabel-variabel motivasi, persepsi,

pembelajaran dan sikap memiliki pengaruh yang bermakna terhadap keputusan konsumen, maka perusahaan seyogyanya dapat meningkatkan pengetahuan dan keterampilan dari para pemasar agar dapat lebih memahami kebutuhan dan pemikiran para nasabahnya. Hal ini bertujuan agar para pemasar dapat memotivasi, menanamkan persepsi yang baik, memberikan pengetahuan yang berguna dan menghasilkan sikap yang baik dari para nasabah, sehingga perusahaan dapat terus meningkatkan jumlah nasabah dan jumlah pendapatannya.

2. Dari hasil penelitian, didapat bahwa faktor motivasi adalah yang dominan dibandingkan persepsi, pembelajaran dan sikap. Oleh karena itu para pemasar dari PT Wahana Bersama Globalindo diharapkan dapat berusaha untuk menggali dan memahami kebutuhan para nasabahnya agar dapat semakin memotivasi nasabah untuk menginvestasikan dana di PT Wahana Bersama Globalindo.



DAFTAR KEPUSTAKAAN

DAFTAR KEPUSTAKAAN

- Arcana, Nyoman, 1996, *Pengantar Statistika II Untuk Ekonomi*, Surabaya: Universitas Katolik Widya Mandala
- Assauri, Sofjan, 1996, *Manajemen Pemasaran: Dasar, Konsep dan Strategi*, Edisi I, Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Boyd, Harper W., Orville C. Walker, dan Jean-Claude Larreche, 2000, *Manajemen Pemasaran: Suatu Pendekatan Strategis dengan Orientasi Global*, Terjemahan, Edisi Kedua, Jilid I, Jakarta: Erlangga.
- Hadi, Sutrisno, 1984, *Methodologi Research*, Yogyakarta: Yayasan Penerbit Fakultas Psikologi UGM.
- Indriantoro, Nur dan Bambang Supomo, 1999, *Metode Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi Dan Manajemen*, Edisi Pertama, Cetakan Pertama, Yogyakarta: BPFE.
- Jawa Pos, 9 Juli 2003, *Rubrik Ekonomi Bisnis*: 6.
- Kotler, Philip, 1995, *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*, Terjemahan, Edisi VIII, Jakarta: Salemba Empat.
- Kotler, Philip, 2002, *Manajemen Pemasaran*, Terjemahan, Edisi Milenium, Jakarta: PT Prenhallindo.
- Loudon, David dan Albert J. Della Bitta, 1988, *Consumer Behavior: Concepts and Applications*, Singapore: Mc. Graw-Hill Book Co.
- Mangkunegara, Anwar P., 2002, *Perilaku Konsumen*, Edisi Revisi, Bandung: Refika Aditama.
- Mason, Robert D., dan Douglas A. Lind, 1999, *Teknik Statistika untuk Bisnis dan Ekonomi*, Terjemahan, Edisi Kesembilan, Jilid 2, Jakarta: Erlangga.
- Mowen, John C., dan Michael Minor, 2002, *Perilaku Konsumen*, Terjemahan, Edisi Kelima, Jakarta: Erlangga.
- Newbold, Paul, 1995, *Statistic for Bussiness and Economics*, Fourth Edition, Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice Hall.
- Schiffman, Leon G., dan Leslie Lazar Kanuk, 1991, *Consumer Behavior*, Fourth Edition, New Jersey: Prentice Hall Inc.

Simamora, Bilson, 2002, *Panduan Riset Perilaku Konsumen*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Soehartono, Irawan, 1995, *Metode Penelitian Sosial*, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

Stanton, William, 1985, *Prinsip Pemasaran*, Terjemahan, Edisi Ketujuh, Jilid 1, Jakarta: Erlangga.

Winardi, 1991, *Marketing dan Perilaku Konsumen*, Bandung: Mandar Maju..

Zikmund, William and Michael D'amico, 1984, *Marketing*, Canada: John Wiley and Sons, Inc.

