

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui variabel mana sajakah yang mempunyai pengaruh pada Keputusan pembelian. Dalam penelitian ini variabel bebas yang digunakan adalah variabel budaya (X_1), sosial (X_2), pribadi (X_3), dan psikologis (X_4)) sedangkan variabel terikat yang digunakan adalah Keputusan pembelian (Y).

Berdasarkan pada penghitungan analisis regresi linier berganda, dapat diketahui :

1. Pengaruh secara simultan (bersama – sama) tiap variabel bebas terhadap Keputusan pembelian dilakukan dengan pengujian F-test. Dari hasil analisis regresi linier berganda diperoleh variabel bebas (budaya (X_1), sosial (X_2), pribadi (X_3), dan psikologis (X_4)) mempunyai pengaruh yang signifikan secara bersama - sama terhadap Keputusan pembelian hal ini dibuktikan dengan hasil nilai F hitung sebesar 35,258 dan nilai signifikansi sebesar 0,000 atau lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$) Sehingga dapat disimpulkan bahwa pengujian terhadap hipotesis yang menyatakan bahwa adanya pengaruh secara bersama - sama variabel bebas terhadap variabel Keputusan pembelian dapat diterima.
2. Untuk mengetahui pengaruh secara individu (parsial) variabel bebas (budaya (X_1), sosial (X_2), pribadi (X_3), dan psikologis (X_4)) terhadap Keputusan pembelian dilakukan dengan pengujian t-test. Variabel budaya memiliki nilai probabilitas (Sig.) lebih kecil dari 0,05 ($0,0028 < 0,05$), sedangkan variabel sosial memiliki nilai probabilitas (Sig.) ($0,019 < 0,05$), variabel pribadi memiliki nilai probabilitas (Sig.) ($0,008 < 0,05$) dan variabel psikologis memiliki nilai probabilitas (Sig.) ($0,016 < 0,05$). Berdasarkan pada hasil uji t

test maka dapat disimpulkan bahwa terdapat empat variabel yang mempunyai pengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian yaitu budaya, sosial, pribadi, dan psikologis .

3. Berdasarkan pada hasil uji t didapatkan bahwa variabel pribadi mempunyai nilai t hitung dan koefisien beta yang paling besar. Sehingga variabel pribadi mempunyai pengaruh yang paling kuat dibandingkan dengan variabel yang lainnya maka dapat disimpulkan variabel pribadi mempunyai pengaruh yang dominan terhadap Keputusan pembelian .

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, dapat dikemukakan beberapa saran yang diharapkan dapat bermanfaat bagi perusahaan maupun bagi pihak-pihak lain. Adapun saran yang diberikan, antara lain:

1. Diharapkan pihak perusahaan dapat mempertahankan serta meningkatkan pelayanan terhadap pelanggan secara pribadi, karena variabel pribadi mempunyai pengaruh yang dominan dalam mempengaruhi Keputusan pembelian, diantaranya dengan memperbanyak promosi-promosi di tempat umum yang ramai agar lebih mudah dalam mendekati konsumen, meningkatkan diskon yang diberikan kepada konsumen atau memberikan program-program undiah berhadiah yang menarik bagi konsumen, serta menyediakan stok-stok kendaraan dengan varian warna yang saat ini banyak diminati konsumen dan disertai peningkatan pelayanan kepada konsumen dimulai dari proses *pre-sales* sampai dengan proses *after-sales* sehingga Keputusan pembelian akan meningkat.
2. Mengingat variabel bebas dalam penelitian ini merupakan hal yang sangat penting dalam mempengaruhi Keputusan pembelian diharapkan hasil penelitian ini dapat dipakai sebagai acuan bagi peneliti selanjutnya untuk mengembangkan penelitian ini dengan

mempertimbangkan variabel-variabel lain yang merupakan variabel lain diluar variabel yang sudah masuk dalam penelitian ini.

Demikian kesimpulan dan saran yang penulis kemukan dengan harapan agar apa yang telah penulis uraikan dapat membantu pihak perusahaan dalam memberi masukan berupa data empiris yang dapat digunakan untuk memahami faktor perilaku konsumen terutama dalam rangka mempengaruhi Keputusan Pembelian.

UNIVERSITAS BRAWIJAYA

