

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### A. Kesimpulan

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel *Subjective Knowledge* ( $X_1$ ), *Objective Knowledge* ( $X_2$ ), *Experience Knowledge* ( $X_3$ ) sebagai variabel bebas terhadap variabel *Purchase Intention* ( $Y$ ) sebagai variabel terikat, pada Toko Buku UB Press, Kota Malang

Berdasarkan pada penghitungan analisis regresi linier berganda, dapat diketahui :

1. Pengaruh secara simultan (bersama-sama) tiap variabel bebas terhadap *Purchase Intention* dilakukan dengan pengujian F-test. Dari hasil analisis regresi linier berganda diperoleh variabel bebas mempunyai pengaruh yang signifikan secara simultan terhadap *Purchase Intention*. Hal ini terbukti dari hasil nilai  $\text{sig. F } (0,000) < \text{sig. } \alpha (0,05)$  dan hasil koefisien determinasi (*Adjusted R Square*) sebesar 0,508. Artinya bahwa 50,8% variabel terikat akan dipengaruhi oleh variabel bebasnya sebesar 50,8% sedangkan sisanya 49,2% variabel *Purchase Intention* akan dipengaruhi oleh variabel-variabel yang lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini. Sehingga dapat disimpulkan bahwa pengujian terhadap hipotesis yang menyatakan bahwa adanya pengaruh secara bersama-sama (simultan) variabel bebas terhadap variabel *Purchase Intention* dapat diterima.

2. Pengaruh secara individu (parsial) variabel bebas (*Subjective Knowledge* ( $X_1$ ), *Objective Knowledge* ( $X_2$ ), *Experience Knowledge* ( $X_3$ )) terhadap *Purchase Intention* dilakukan dengan pengujian t-test. Berdasarkan pada hasil uji didapatkan bahwa terdapat dua variabel yang mempunyai pengaruh signifikan terhadap *Purchase Intention* yaitu *Objective Knowledge* ( $X_2$ ), *Experience Knowledge* ( $X_3$ ).
3. Berdasarkan pada hasil uji t didapatkan bahwa variabel *Objective Knowledge* ( $X_2$ ) merupakan variabel yang dominan dari variabel bebas lainnya terhadap variabel *Purchase Intention* (Y). Hal ini dibuktikan dengan hasil uji t. Nilai  $t_{hitung}$  *Objective Knowledge* mempunyai nilai sebesar 5,497.

## **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 Toko Buku UB Press dapat mempertahankan serta meningkatkan tingkat dari *Objective Knowledge*, karena variabel *Objective Knowledge* mempunyai pengaruh yang dominan dalam mempengaruhi minat beli atau *Purchase Intention*, diantaranya yaitu dengan menyebarluaskan informasi terkait Toko Buku UB Press serta karya-karya yang telah dihasilkan dan memastikan informasi tersebut disampaikan dengan cara yang efektif sehingga *Purchase Intention* akan meningkat.
2. Mengingat variabel bebas dalam penelitian ini merupakan hal yang sangat penting dalam mempengaruhi *Purchase Intention* 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 untuk memperoleh hasil penelitian yang lebih variatif.