

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 1.1 Kesimpulan

Bedasarkan data yang diperoleh dan hasil pengujian/analisis yang telah dilakukan, maka kesimpulan yang dapat diberikan dalam penelitian ini berdasarkan tujuan penelitian adalah sebagai berikut:

1. Dimana Faktor Budaya nilai rata-rata 362,8 artinya Faktor Budaya pada Saimen *Bakery* Gerai Pasar di Kota Jambi Setuju dan dikategorikan Baik. Faktor Sosial nilai rata-rata 368 artinya Faktor Sosial pada Saimen *Bakery* Gerai Pasar di Kota Jambi Setuju dan dikategorikan Baik. Faktor Pribadi nilai rata-rata 373,6 artinya Faktor Pribadi pada Saimen *Bakery* Gerai Pasar di Kota Jambi Setuju dan dikategorikan Baik. Faktor Psikologis nilai rata-rata 373,8 artinya Faktor Psikologis pada Saimen *Bakery* Gerai Pasar di Kota Jambi Setuju dan dikategorikan Baik. Keputusan Pembelian nilai rata-rata 394,4 artinya keputusan pembelian pada Saimen *Bakery* Gerai Pasar di Kota Jambi Setuju dan dikategorikan Tinggi.
2. Berdasarkan hasil analisis data dapat disimpulkan pula bahwa Faktor Budaya (X1), Faktor Sosial (X2), Faktor Pribadi (X3) dan Faktor Psikologis (X4) secara simultan berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y) Produk pada Saimen *Bakery* Gerai Pasar di Kota Jambi. Hal ini dibuktikan dengan nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  sebesar  $46,142 > 2,46$  dengan tingkat signifikan dibawah 0,05 yaitu 0,000 maka  $H_0$  diterima.

3. Berdasarkan nilai  $t_{hitung}$  pada variabel Faktor Budaya (X1) adalah 4,696 dengan tingkat signifikan 0,000. Karena nilai  $t_{hitung}$  4,696 > nilai  $t_{tabel}$  1,66055 dan tingkat signifikan 0,000 < probabilitas signifikan  $\alpha = 0,05$  maka  $H_a$  diterima. Sedangkan nilai  $t_{hitung}$  pada variabel Faktor Sosial (X2) 5,540 dengan tingkat signifikan 0,000. Karena nilai  $t_{hitung}$  5,540 >  $t_{tabel}$  1,66055 dan tingkat signifikan 0,000 < probabilitas signifikan  $\alpha = 0,05$  maka  $H_a$  diterima. Sedangkan nilai  $t_{hitung}$  pada variabel Faktor Pribadi (X3) 3,453 dengan tingkat signifikan 0,000. Karena nilai  $t_{hitung}$  3,453 >  $t_{tabel}$  1,66055 dan tingkat signifikan 0,000 < probabilitas signifikan  $\alpha = 0,05$  maka  $H_a$  diterima. Sedangkan nilai  $t_{hitung}$  pada variabel Faktor Psikologis (X4) 3,672 dengan tingkat signifikan 0,000. Karena nilai  $t_{hitung}$  3,672 >  $t_{tabel}$  1,66055 dan tingkat signifikan 0,000 < probabilitas signifikan  $\alpha = 0,05$  maka  $H_a$  diterima. Hal ini berarti bahwa variabel Faktor Budaya (X1), Faktor Sosial (X2), Faktor Pribadi (X3) dan Faktor Psikologis (X4) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y).

## 1.2 Saran

Dari hasil penelitian diatas dimana penulis memberikan saran sebagai berikut:

### 1. Bagi Perusahaan

Berdasarkan hasil penelitian skor terendah variabel Faktor Budaya (X1) yaitu pada indikator kelas sosial yaitu produk roti tawar pada Saimen *Bakery* di Kota Jambi masuk ke kelas sosial Ibu Rumah Tangga.

Disarankan kepada pihak manajemen untuk lebih memahami budaya perilaku konsumen masyarakat Kota Jambi dalam melakukan pembelian. Skor terendah variabel Faktor Sosial (X2) yaitu pada indikator keluarga yaitu Saya memutuskan pembelian makanan pada Saimen *Bakery* di Kota Jambi karena pengaruh keluarga besar dari Ibu saya. Disarankan kepada pihak manajemen untuk lebih memahami budaya perilaku konsumen masyarakat Kota Jambi dalam melakukan pembelian. Skor terendah variabel Faktor Pribadi (X3) yaitu pada indikator umur dan tahap daur hidup yaitu Saya memutuskan pembelian roti tawar pada Saimen *Bakery* di Kota Jambi karena memikirkan pola makan-makanan sehat. Disarankan kepada pihak manajemen untuk lebih memahami budaya perilaku konsumen masyarakat Kota Jambi dalam melakukan pembelian. Skor terendah variabel Faktor Psikologis (X4) yaitu pada indikator indikator motivasi yaitu Setiap ingin membeli roti tawar pada Saimen *Bakery* di Kota Jambi saya selalu termotivasi untuk menengok orang yang sakit di Rumah Sakit. Disarankan kepada pihak manajemen untuk lebih memahami budaya perilaku konsumen masyarakat Kota Jambi dalam melakukan pembelian. Skor terendah variabel Keputusan Pembelian (Y) yaitu pada indikator jumlah pembelian yaitu Banyaknya jumlah pembelian produk roti manis pada Saimen *Bakery* maka ditawarkan potongan harga. Disarankan kepada pihak manajemen Saimen *Bakery* Gerai Pasar di Kota Jambi untuk lebih memberikan promo menarik dengan memberikan potongan harga jika konsumen

melakukan pembelian produk *Saimen Bakery* dalam skala banyak sehingga menarik minat konsumen untuk membeli produk.

2. Berdasarkan hasil penelitian, Faktor Budaya (X1), Faktor Sosial (X2), Faktor Pribadi (X3) dan Faktor Psikologis (X4) berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian produk pada *Saimen Bakery* Gerai Pasar di Kota Jambi. Dari hasil pengujian SPSS maka diperoleh nilai koefisien determinasi =R square ( $R^2$ ) sebesar 0,751 angka ini menyatakan bahwa variabel Faktor Budaya (X1), Faktor Sosial (X2), Faktor Pribadi (X3) dan Faktor Psikologis (X4) terhadap Keputusan Pembelian (Y) sebesar 75,1% dan sisanya sebesar 24,9% dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak termasuk dalam model penelitian ini. Maka dari itu disarankan kepada peneliti lain untuk meneliti faktor-faktor lain yang mempengaruhi keputusan pembelian seperti, Promosi, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dll.
3. Bagi peneliti, dengan adanya penelitian ini maka dapat menambah wawasan mengenai pengaruh Faktor Budaya (X1), Faktor Sosial (X2), Faktor Pribadi (X3) dan Faktor Psikologis (X4) terhadap Keputusan Pembelian produk pada *Saimen Bakery* Gerai Pasar di Kota Jambi..