

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan dari hasil analisis yang telah dilaksanakan ,maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil uji statistic secara parsial yang digunakan pada penelitian ini bahwa H_a diterima H_0 di tolak yang artinya,,bahwa variabel faktor kebudayaan memiliki berpengaruh tidak signifikan terhadap keputusan pembelian pada aplikasi matahari com atau market place.
2. Berdasarkan hasil uji statistic secara parsial yang digunakan pada penelitian ini bahwa H_a diterima yang artinya bahwa variabel faktor pribadi memiliki berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada aplikasi matahari com atau market place.
3. Berdasarkan hasil uji statistic secara parsial yang digunakan pada penelitian ini bahwa H_a di terima dan H_0 ditolak yang artinya bahwa variabel faktor sosial berpengaruh tidak signifikan terhadap keputusan pembelian pada aplikasi matahari com atau market place.
4. Berdasarkan hasil uji statistic secara parsial yang digunakan pada penelitian ini bahwa faktor kebudayaan berpengaruh tidak signifikan ,faktor pribadi berpengaruh signifikan dan faktor sosial berpengaruh tidak signifikan terhadap keputusan pembelian faktor pribadi,faktor sosial.

5.2 Saran

a. Bagi Perusahaan Matahari Departement Store

Berdasarkan hasil penelitian yang telah di lakukan ,maka peneliti memberikan saran kepada pihak Matahari Departement Store mengenai hal yang perlu di perhatikan:

1. Pada pembahasan sebelumnya telah di temukan bahwa variabel faktor kebudayaan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen matahari. Hal ini dapat di jelaskan bahwa dalam persepsi responden mengenai variabel faktor kebudayaan pada pernyataan indikator ketiga mendapat respon terkait Kebiasaan untuk memilih produk matahari sangat di perhatikan,sehingga perusahaan matahari department store perlu membuat kebijakan yang mampu meningkatkan produk tersebut.
2. Berdasarkan hasil tanggapan responden mengenai variabel faktor pribadi, peneliti menemukan bahwa terdapat pernyataan indikator yang mendapat respon rendah terkait hubungan antara pribadi dan produk matahari sangat penting. Perlu dipahami bahwa, hubungan pribadi menjadi faktor yang mempengaruhi responden untuk melakukan pembelian di aplikasi matahari com atau market place. Sehingga perusahaan Matahari Departement Store perlu membuat hubungan yang baik untuk menarik minat konsumen.

3. Berdasarkan hasil tanggapan responden mengenai variabel faktor sosial peneliti menemukan bahwa terdapat pernyataan indikator yang mendapat respon rendah terkait peran dan status sosial dalam masyarakat sangat penting dalam melakukan pembelian. Sehingga perusahaan Matahari Departement Store perlu membuat strategi yang lain, untuk menarik minat konsumen.

4. Berdasarkan tanggapan responden mengenai variabel keputusan pembelian ,peneliti menemukan adanya tanggapan responden mendapatkan respon tertinggi produk berdasarkan manfaat produk sangat penting, artinya dalam melakukan keputusan pembelian ,responden cenderung melakukan pembelian secara spontan. Sehingga hal ini perlu di perhatikan bagi pihak Matahari Departement Matahari untuk meningkatkan strategi pemasaran yang dapat memicu konsumen untuk memutuskan pembelian di Aplikasi Matahari Com ,dapat didukung menggunakan penawaran diskon dan promo yang menarik untuk mendapat perhatian dari konsumen.

b. Bagi Peneliti Selanjutnya

Dilihat dari hasil nilai R – square (R^2) pada variabel X_1 , X_2 , dan X_3 terhadap Y diketahui nilai R-square mendapatkan nilai sebesar 0,428 yang berarti bahwa kontribusi variabel independen mempengaruhi variabel dependen hanya sebesar 42,8%. dipengaruhi oleh variabel lain di luar variabel yang diteliti. Maka dari itu untuk penelitian selanjutnya disarankan untuk meneliti faktor – faktor lain yang dapat menjelaskan perilaku keputusan pembelian pada konsumen matahari store. Dan variabel lain yang mempengaruhi keputusan pembelian yaitu Produk, Price, Harga.

