

BAB V

KESIMPULAN, IMPLIKASI DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan kajian pustaka dan deskripsi hasil penelitian yang telah dilakukan dan diuraikan pada bab-babnya sebelumnya, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang positif antara perilaku konsumen dengan keputusan pembelian di RT 08 RW 01 Mampang Prapatan, Jakarta Selatan. hal ini dapat ditunjukkan dari nilai $t_{hitung} = 7.497 > t_{tabel} = 1,68$, artinya semakin tinggi perilaku konsumen maka akan semakin meningkat keputusan pembelian.

Besar variasi keputusan pembelian ditentukan oleh terjadinya perilaku konsumen sebesar 59.66%. Hubungan antara perilaku konsumen (variabel X) dengan keputusan pembelian (variabel Y) adalah linier dan signifikan dengan nilai regresi signifikan $F_{hitung} (56.21) > F_{tabel} (4.17)$ dan nilai regresi linier $F_{hitung} (0,44) < F_{tabel} (2.13)$.

Keputusan pembelian pada RT 08 RW 01 Mampang Prapatan Jakarta Selatan ditentukan oleh perilaku konsumen sebesar 59.66% dan sisanya sebesar 40,34% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yaitu harga produk yang tinggi, rendahnya pengetahuan konsumen tentang produk, gaya hidup yang tidak sehat , kemasan yang berbahaya.

B. Implikasi

Berdasarkan kesimpulan yang telah dikemukakan diatas bahwa terdapat hubungan positif antara perilaku konsumen dengan keputusan pembelian pada RT 08 RW 01 Mampang Prapatan Jakarta Selatan. Hal ini membuktikan bahwa perilaku konsumen merupakan salah satu faktor dalam menentukan peningkatan keputusan pembelian.

Impilkasi dari penelitian ini adalah untuk dapat menciptakan keputusan pembelian yang tinggi pada pelanggan, perusahaan harus dapat membuat pelanggan untuk memutuskan untuk membeli produk yang ingin dipakainya,

Dari hasil pengolahan data terlihat bahwa pada variabel keputusan pembelian, indikator yang memiliki skor tertinggi adalah indikator pilihan yang baik yaitu sebesar 16 % dan indikator yang memiliki skor terendah adalah indikator keanekaragam produk yaitu sebesar 10%.dan variable perilaku konsumen yang memiliki skor tertinggi adalah indikator minat beli yaitu sebesar 13,30% dan indikator yang memiliki skor terendah adalah indikator gaya hidup sebesar 11,71%. Oleh karena itu untuk dapat terus meningkatkan dan mempertahankan keputusan pembelian, sebaiknya perusahaan harus menjaga tingkat perilaku konsumen yang baik kepada konsumen. Agar konsumen merasa nyaman dan senang dalam berhubungan dengan perusahaan.

C. Saran

Berdasarkan kesimpulan serta implikasi yang dikemukakan di atas, saran-saran yang kiranya dapat diberikan oleh peneliti dalam rangka meningkatkan keputusan pembelian adalah:

1. Perusahaan sebaiknya mampu membuat pelanggan memutuskan membeli produk yang ingin dipakainya.
2. Perusahaan sebaiknya meningkatkan dan mempertahankan promosi, untuk dapat menarik pelanggan.
3. Perusahaan sebaiknya melakukan berbagai inovasi terhadap produk agar pelanggan tidak beralih ke produk lain.