

## BAB VI

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 1.1 Kesimpulan

Hasil penelitian mengenai pengaruh faktor psikologis terhadap keputusan pembelian konsumen pada masyarakat Desa Sari Makmur, dapat dibuat beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Dari hasil penelitian didapat persamaan regresi  $Y = 4,933 + 0,078 X_1 + 0,251X_2 - 0,074 X_3 + 0,530 X_4 + e$  artinya variabel independent berpengaruh terhadap keputusan pembelian.
2. Secara parsial faktor motivasi tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian karena  $t_{hitung} (0,268) < t_{tabel} (1,991)$ , variabel persepsi mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian karena  $t_{hitung} (5,780) > t_{tabel} (1,991)$ , variabel pembelajaran tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian karena  $t_{hitung} (0,268) < t_{tabel} (1,991)$  dan variabel sikap mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian karena  $t_{hitung} (5,780) > t_{tabel} (1,991)$ .
3. Secara simultan variabel motivasi, persepsi, pembelajaran dan sikap mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini dapat dilihat pada nilai  $F_{hitung} (11,635)$  dengan signifikan 0,000. Sehingga terbukti bahwa variabel independen (Motivasi, Persepsi, Pembelajaran dan Sikap) secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen (Keputusan Pembelian).

4. Nilai *r square* sebesar 0,380 menunjukkan bahwa kemampuan variabel motivasi, persepsi, pembelajaran dan sikap dalam menjelaskann keputusan pembelian Minyak Goreng Fortune pada masyarakat Desa Sari Makmur adalah sebesar 38% sementara sisanya sebesar 62% dipengaruhi oleh variabel lain.

## 1.2 Saran

Adapun saran-saran yang dapat penulis berikan sehubungan dengan hasil penelitian ini yaitu sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil pengisian kuisisioner penelitian, diketahui bahwa pada variabel persepsi responden tidak membeli minyak goreng karena kurangnya kualitas yang diberikan. Untuk itu penulis menyarankan agar perusahaan lebih meningkatkan kualitas produk minyak goreng fortune, sehingga hasil dan kualitas dapat memuaskan konsumen sesuai yang diharapkan. memberikan sistem layanan konsumen yang lebih baik, sehingga konsumen terdorong untuk menggunakan.
2. Didalam faktor sikap, penulis menyarankan agar perusahaan lebih meningkatkan produk minyak goreng fortune, salah satu caranya dengan mengencarkan promosi melalui penayangan media sehingga semakin banyak konsumen yang melihat dan akhirnya memilih menggunakan produk minyak goreng fortune.
3. Mengacu pada tingginya sumbangan pengaruh variabel lain dalam penelitian ini, yaitu sebesar 62% maka penulis sarankan pada

peneliti lain untuk menambah variabel yang lainnya, selain yang ada dalam penelitian ini. Seperti variabel perilaku konsumen, dan lain sebagainya. Yang mana variabel-variabel yang disebutkan itu juga mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian.