

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian beserta pembahasan yang telah dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan hal-hal berikut :

1. Setelah dilakukan analisis melalui bantuan program SPSS 17,0 maka diperoleh persamaan regresi yang dihasilkan adalah: $Y=16,753+1,527X$ yaitu bernilai positif. Artinya bahwa ada pengaruh perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian telepon genggam pada mahasiswa Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Syariah dan Hukum UIN Sultan Syarif Kasim Riau. Besarnya koefisien determinasinya adalah sebesar 0,365, mengandung pengertian bahwa pengaruh keputusan pembelian terhadap perubahan perilaku konsumen adalah 36,5%. Sedangkan 63,5% (100% - 36,5%) dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini misalnya harga, kualitas dan gaya hidup.
2. Dari hasil penelitian yang telah dilakukan peneliti, maka dapat dikatakan mahasiswa Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Syariah dan Hukum termasuk dalam kelompok masyarakat yang menerapkan Ekonomi Islam dalam pengaruh perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian telepon genggam. Artinya mereka menerapkan konsep yang

sesuai dengan ajaran agama Islam dalam melakukan pembelian telepon genggam. Tidak melampaui batas kewajaran, dan memanfaatkan produk secara positif. Karena Al-Qur'an melarang membelanjakan harta secara berlebih-lebihan semata-mata menuruti hawa nafsu, sementara disisi lain juga mengutuk perbuatan menjauhkan diri dari kesenangan menikmati benda-benda yang baik dan halal dalam kehidupan.

B. Saran

1. Bagi Perusahaan Telepon Genggam

Melihat nilai koefisien korelasi antara variabel independen perilaku konsumen terhadap variabel dependen yaitu keputusan pembelian adalah kuat (r hitung (0,619) terletak pada rentang 0,60 - 0,799 = Erat. Karena nilai koefisien korelasi cenderung erat bagi perusahaan telepon genggam tetap memperhitungkan perilaku konsumen dalam rangka meningkatkan keputusan pembelian telepon genggam.

Selain itu penting juga bagi perusahaan telepon genggam menganalisa faktor lainnya yang mempengaruhi keputusan pembelian telepon genggam.

2. Bagi Peneliti Lainnya

Berdasarkan hasil penelitian beserta pembahasan yang telah dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut secara parsial terdapat pengaruh yang positif dan signifikan yakni 36,5% antara variabel perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian telepon genggam. Bertolak dari

hasil tersebut maka dapat dijadikan batu loncatan bagi peneliti lainnya meneliti 63,5 % lainnya yang mempengaruhi keputusan pembelian.