

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN-SARAN

#### A. Kesimpulan

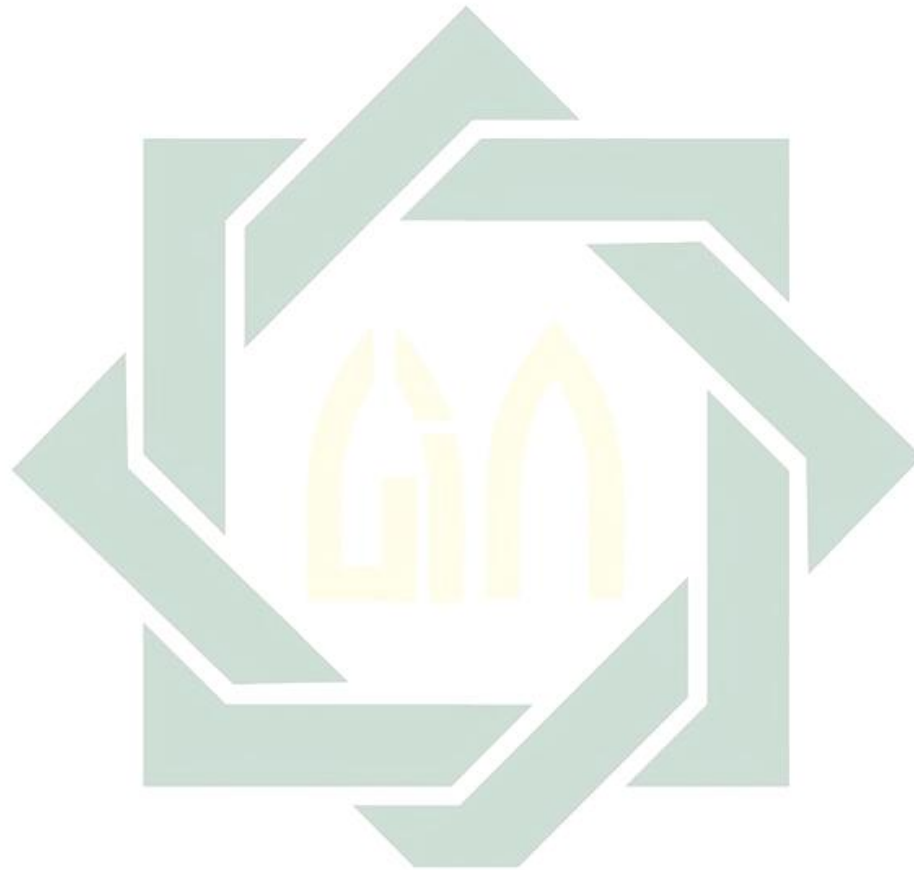
Berdasarkan hasil penelitian mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam keputusan pembelian Zoya Diponegoro. yang telah dibahas serta perhitungan-perhitungan statistic yang dilakukan, maka penulis menarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Dari hasil analisis diperoleh persamaan regresi bahwa :

$$Y = 19,071 + 0,355 X_1 - 0,087 X_2 + 0,381 X_3$$

- a) Tidak Semua variabel faktor kebudayaan, Sosial, dan pribadi, berpengaruh terhadap keputusan pembelian Zoya Diponegoro dan nilainya positif.
  - b) Variabel yang lebih dominan berpengaruh terhadap keputusan pembelian Zoya Diponegoro adalah variabel faktor pribadi, hal ini ditunjukkan oleh koefisien regresi yang lebih besar dibandingkan dengan koefisien kebudayaan, dan Sosial.
2. Uji F dari tiap variabel X (faktor-faktor) diperoleh kebudayaan, Sosial, dan pribadi secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian Zoya Diponegoro.
  3. Uji T dari tiap variabel X (faktor-faktor) diperoleh kebudayaan, dan pribadi secara parsial masing-masing berpengaruh dan Sosial, tidak

berpengaruh terhadap variabel keputusan pembelian produk Zoya Diponegoro.



## **B. Saran-Saran**

Beberapa saran yang dapat diajukan berkaitan dengan kesimpulan adalah sebagai berikut :

1. Disarankan kepada perusahaan dalam hal ini produsen Zoya yang diwakili oleh ruko resminya harus selalu melakukan riset terus menerus

untuk mengetahui perkembangan dan keinginan konsumen terhadap produk Zoya , karena dari hasil penelitian yang telah dilakukan diketahui bahwa faktor budaya dan pribadi berpengaruh terhadap dan Sosial tidak berpengaruh keputusan pembelian. dan faktor yang dominan berpengaruh adalah faktor pribadi. Maka dari itu perusahaan harus lebih memperhatikan faktor pribadi yang meliputi:

- a) Inovasi produk terhadap produk Zoya , hal ini harus selalu dilakukan agar konsumen menjatuhkan pilihannya pada merek tersebut, terutama dikalangan remaja yang berusia 16 – 20 tahun. Karena dari hasil klasifikasi responden yang telah diteliti diketahui usia tersebut banyak menggunakan produk Zoya.
- b) Inovasi produk terhadap produk Zoya , hal ini harus selalu dilakukan agar konsumen menjatuhkan pilihannya pada merek tersebut, terutama dikalangan remaja yang berpendidikan terahir SMA. Karena dari hasil klasifikasi responden yang telah diteliti diketahui berpendidikan akhir tersebut banyak menggunakan produk Zoya.
- c) Penentuan harga, dengan banyaknya pesaing disarankan kepada perusahaan untuk mengamati kecenderungan dalam pendapatan pribadi, tabungan dan tingkat minat. Bila indikator ekonomi menunjukkan resesi, pemasar dapat mengambil langkah-langkah untuk merancang ulang, dan mengubah harga sesuai

dengan situasi ekonomi target pasar yang telah ditentukan, agar konsumen memilih produk yang ditawarkan oleh perusahaan.

- d) Gaya hidup, bagi perusahaan hal ini sangat penting diperhatikan terutama dikalangan remaja dengan menciptakan desain yang beda dari produk lain. Hal ini menjadi pertimbangan bagi konsumen untuk memilih produk selain Zoya yang dianggap memiliki desain yang unik dan lebih baik. Untuk itu empat hal tersebut perlu diperhatikan oleh perusahaan agar dapat diterima oleh konsumen dengan baik.

2. Untuk penelitian selanjutnya, disarankan memasukkan faktor-faktor lain yang mempengaruhi konsumen dalam keputusan pembelian agar hasilnya lebih maksimal.