

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian produk di Indomaret Pattimura Mudik di Gunungsitoli . Berdasarkan rumusan masalah dalam penelitian ini maka, analisis data yang dilakukan seperti dikemukakan pada bab sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan, yaitu:

1. Pengaruh perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian di Indomaret Kota Gunungsitoli Berdasarkan hasil perhitungan nilai koefisien determinan (*R-Square*) perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian dapat disimpulkan nilai tersebut berdasarkan variabel perilaku konsumen mampu mempengaruhi keputusan pembelian sebesar 18,2. % pada Indomaret Pattimura Mudik di Gunungsitoli. Untuk 81,2 % di pengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.
2. Berdasarkan hasil perhitungan SPSS Versi 22. Peneliti menyimpulkan bahwa pengaruh perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian dengan berpedoman pada ketentuan nilai $sig < 0,05$ maka diperoleh nilai *Sig.* sebesar 0,000. Sehingga dengan nilai ini dapat dikatakan variabel Perilaku Konsumen (X) berpengaruh signifikan terhadap variabel Keputusan Pembelian (Y) atau nilai $Sig. 0,000 < 0,05$ maka H_0 ditolak, H_a diterima. Maka variabel X (Perilaku Konsumen) memiliki (ada) pengaruh terhadap variabel Y (Keputusan Pembelian).

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan-kesimpulan yang telah dikemukakan di atas, maka penulis dapat memberikan saran yang bersifat membangun demi kemajuan Indomaret Patimura Mudik Gunungsitoli. Berdasarkan hasil yang telah dilakukan sebagai berikut:

1. Peneliti sarankan kepada Indomaret Patimura Mudik Gunungsitoli supaya mempertahankan dan meningkatkan kualitas pelayanan karena

mampu meningkatkan keputusan pembelian.

2. Bagi perkembangan ilmu pengetahuan, penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan rujukan, tanpa melupakan nilai keaslian dari penelitian ini terutama dalam bidang ekonomi khususnya untuk mengetahui pengaruh perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian.
3. Peneliti selanjutnya, hasil penelitian diharpkn menjadi masukan dan landasan awal bagi peneliti selanjutnya yang mengangkat topik tentang pengaruh perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian.