

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1. Simpulan

Berdasarkan uraian hasil penelitian mengenai pengaruh faktor-faktor perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian di Quinsha Bakery Gunungsitoli, dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Faktor budaya tidak berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian konsumen di Quinsha Bakery Gunungsitoli, ditunjukkan oleh nilai $t\text{-hitung } 1,381 < t\text{-tabel } 1,98638$ dan signifikansi $0,171 > 0,05$.
2. Faktor sosial terbukti berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian konsumen di Quinsha Bakery Gunungsitoli, dengan nilai $t\text{-hitung } 3,010 > t\text{-tabel } 1,98638$ dan signifikansi $0,003 < 0,05$.
3. Faktor pribadi juga berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian konsumen di Quinsha Bakery Gunungsitoli, sebagaimana ditunjukkan oleh nilai $t\text{-hitung } 3,393 > t\text{-tabel } 1,98638$ dan signifikansi $0,002 < 0,05$.
4. Faktor psikologis tidak berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian konsumen, dibuktikan oleh $t\text{-hitung } 0,069 < t\text{-tabel } 1,98638$ dan nilai signifikansi $0,945 > 0,05$.
5. Secara simultan, faktor budaya, sosial, pribadi, dan psikologis berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen di Quinsha Bakery Gunungsitoli, berdasarkan hasil uji F dengan nilai $F\text{-hitung } 47,106$ dan signifikansi $0,000 < 0,05$.

5.2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh setelah melakukan analisis dan pembahasan mengenai pengaruh faktor-faktor perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian di Quinsha Bakery Gunungsitoli ada beberapa

saran yang diberikan oleh penulis guna perbaikan untuk masa yang akan datang. Berikut adalah saran dari penulis:

1. Quinsha Bakery Gunungsitoli perlu meningkatkan perhatian untuk faktor-faktor yang secara parsial tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen. Misalnya untuk Faktor budaya, Quinsha Bakery bisa menambahkan unsur-unsur budaya lokal saat akan melakukan inovasi produk yang baru dengan berkolaborasi dengan makanan khas yang lebih familiar untuk masyarakat sekitar. Untuk Faktor Psikologis, Quinsha Bakery perlu mempertimbangkan berbagai kegiatan-kegiatan yang melibatkan konsumen secara langsung seperti meningkatkan program testimoni baik *offline* maupun *online*, ini bertujuan untuk mampu meningkatkan motivasi konsumen dalam melakukan keputusan pembelian serta melakukan promosi dengan baik agar produk dapat dikenal dan diterima dengan baik di masyarakat.
2. Untuk faktor-faktor yang secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian, pihak Quinsha Bakery diharapkan mampu untuk terus beradaptasi dengan perubahan perilaku konsumen dengan memperhatikan *trend* terbaru dan mengadopsi hal tersebut kedalam inovasi produk.
3. Untuk peneliti selanjutnya disarankan untuk mengikutsertakan variabel lain dalam melakukan penelitian terkait hal-hal yang bisa memengaruhi keputusan pembelian.