

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

Bab ini akan menjelaskan dan menjabarkan kesimpulan dari hasil pembahasan penelitian yang telah diuji pada bab sebelumnya, keterbatasan serta saran-saran yang diharapkan dapat bermanfaat bagi banyak pihak.

Simpulan

Berdasarkan hasil pembahasan, dapat disimpulkan bahwa variabel pertama dari faktor psikologis yaitu motivasi dapat mempengaruhi proses keputusan pembelian konsumen di kota Palembang. Hasil ini sangat sesuai dengan teori serta hasil dari penelitian sebelumnya yang membuktikan juga bahwa terdapat pengaruh antara motivasi dan proses keputusan pembelian konsumen di kota Palembang. Berdasarkan teori, motivasi pada yaitu dorongan dalam diri seseorang untuk melakukan pembelian suatu produk atau jasa.

Variabel kedua yaitu persepsi, hasil uji statistik t menunjukkan bahwa ternyata persepsi tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap suatu proses keputusan pembelian seorang konsumen. Hal ini bisa diakibatkan oleh konsumen yang kurang memahami informasi yang mereka terima, terhadap sebuah produk atau jasa untuk melakukan suatu proses keputusan pembelian.

Variabel pembelajaran juga menunjukkan bahwa hasil uji statistik t nya tidak memiliki pengaruh terhadap proses keputusan pembelian konsumen di kota Palembang. Hal ini bisa diakibatkan oleh konsumen yang kebanyakan tidak

mempelajari apapun jenis kosmetik yang telah mereka gunakan terutama kosmetik untuk memperindah bibir mereka. Sehingga bisa disimpulkan bahwa konsumen perempuan kota Palembang untuk membeli produk Delight Tony Tint dari Tony Moly di Althea tidak selalu dipengaruhi variabel pembelajaran untuk melakukan suatu proses keputusan pembelian.

Variabel terakhir yaitu sikap dan keyakinan. Hasil uji statistik t menunjukkan bahwa variabel sikap dan keyakinan ini memiliki pengaruh yang signifikan terhadap proses keputusan pembelian konsumen di kota Palembang. Hal ini disebabkan adanya sikap dan keyakinan yang muncul dari dalam diri konsumen terhadap produk lipstik yang bernama Delight Tony Tint dari Tony Moly yang mereka beli melalui situs terpercaya yaitu Althea. Hasil ini juga sangat sesuai dengan beberapa penelitian terdahulu yang juga mengatakan adanya pengaruh yang signifikan antara variabel sikap dan keyakinan terhadap proses keputusan pembelian konsumen.

Berdasarkan uji analisis linear berganda didapatkan hasil bahwa, jika variabel motivasi mengalami peningkatan sebesar 1% maka proses keputusan pembelian tentu akan meningkat sebesar 0,411, untuk variabel persepsi jika mengalami peningkatan sebesar 1% maka proses keputusan pembelian tentu akan meningkat sebesar 0,164, untuk variabel pembelajaran jika mengalami peningkatan sebesar 1% maka proses keputusan pembelian akan menurun sebesar 0,033, dan terakhir untuk variabel sikap dan keyakinan jika mengalami peningkatan sebesar 1% maka proses keputusan pembelian tentu akan meningkat sebesar 0,371.

Tanggapan responden terhadap pernyataan-pernyataan yang ada dalam kuesioner mendapatkan hasil rata-rata skor per variabel menunjukkan bahwa faktor motivasi memiliki rata-rata skor sebesar 4,27, kemudian persepsi memiliki rata-rata skor sebesar 4,30, variabel ketiga yaitu pembelajaran memiliki rata-rata skor sebesar 4,36, sedangkan sikap dan keyakinan memiliki rata-rata skor sebesar 4,36 dan variabel terakhir yaitu proses keputusan pembelian memiliki rata-rata skor sebesar 4,16.

Keterbatasan

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan antara lain penelitian ini memfokuskan pada satu perusahaan pemasaran yaitu althea. Perusahaan ini pada dasarnya kurang dikenal di kota Palembang, sehingga konsumennya terbatas. Faktor yang diteliti pada penelitian ini hanya faktor psikologis saja, akan lebih baik lagi jika diteliti faktor lain yang dapat mempengaruhi proses keputusan pembelian.

Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah diungkapkan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

Untuk para produsen sebaiknya memperhatikan faktor psikologis berupa motivasi serta sikap dan keyakinan. Berdasarkan kesimpulan pada penelitian ini, motivasi serta sikap dan keyakinan memiliki pengaruh yang positif signifikan terhadap proses keputusan pembelian. Sehingga dengan memperhatikan faktor motivasi

serta faktor sifat dan keyakinan, maka proses keputusan pembelian konsumen dapat terpengaruh dan dapat memberikan hasil yang positif terhadap tingkat penjualan produknya.

Untuk perusahaan pemasar seperti Althea sebaiknya juga harus lebih memperhatikan cara mereka memasarkan produk-produk mereka sehingga faktor psikologis sikap dan keyakinan konsumen bisa muncul, karena faktor sikap dan keyakinan konsumen sangat berpengaruh signifikan terhadap proses keputusan pembelian.

Untuk peneliti selanjutnya dapat memilih produk yang lebih dikenal oleh masyarakat di kota Palembang, sehingga responden dalam penelitian ini lebih mudah didapatkan.

Untuk penelitian selanjutnya diharapkan untuk dapat menambahkan faktor lainnya dalam melakukan penelitian ini, misalnya faktor kualitas produk.