

## **BAB V**

### **SIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Simpulan**

Berdasarkan pemaparan hasil penelitian, maka dapat disimpulkan sebagai hal-hal berikut.

1. Faktor kebudayaan, faktor sosial, faktor pribadi, dan faktor psikologis berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian buah di Pasar Dinoyo Kota Malang. Variasi keputusan pembelian buah dapat dijelaskan oleh faktor kebudayaan, faktor sosial, faktor pribadi, dan faktor psikologis sebesar 37,10%.
2. Faktor sosial secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian buah di Pasar Dinoyo Kota Malang. Nilai koefisien beta ( $\beta$ ) menunjukkan bahwa faktor sosial merupakan variabel yang mempunyai pengaruh dominan terhadap keputusan pembelian buah dengan nilai terbesar sebesar 0,597.

#### **5.2 Saran**

Berdasarkan pemaparan simpulan hasil penelitian, maka dapat diberikan saran-saran sebagai berikut.

1. Bagi pedagang buah, sebaiknya para pedagang buah di Pasar Dinoyo lebih memperhatikan faktor sosial untuk meningkatkan pembelian terhadap produk buah yang dipasarkan, karena variabel faktor sosial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian buah. Faktor sosial yang dimaksud adalah hubungan interaksi antara pedagang buah dan konsumen. Semakin baik pedagang buah berinteraksi dengan konsumen untuk menawarkan produk buah yang dipasarkan, maka semakin

besar kemungkinan konsumen untuk membeli buah yang dipasarkan karena proses tersebut pedagang akan mempengaruhi sikap dan perilaku konsumen untuk membeli buah yang dipasarkan. Dengan demikian, adanya hubungan interaksi yang baik dari pedagang buah untuk menawarkan buah-buahan yang dipasarkan akan sangat mempengaruhi konsumen untuk membeli produk buah pada pedagang tersebut.

2. Bagi peneliti lanjutan, penelitian ini tidak mencakup, preferensi konsumen terhadap pasar buah lain yang ada di Kota Malang. Oleh sebab itu, perlu penelitian lanjutan untuk melihat perilaku konsumen di Pasar yang berbeda, seperti di *Supermarket* dan Istana Buah, atau pasar tradisional yang lain.



