

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Dari hasil analisis dan pembahasan yang telah diuraikan sebelumnya, maka peneliti menarik beberapa kesimpulan atas hasil analisis tersebut yaitu:

1. Berdasarkan hasil penelitian maka dimensi faktor-faktor pribadi konsumen yang meliputi usia dan siklus daur hidup (X1), pekerjaan (X2), situasi ekonomi (X3), gaya hidup (X4) serta kepribadian dan konsep diri (X5) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) produk Fatto A Mano di Kota Malang secara simultan dan parsial. Hal ini terbukti dari F hitung ( $326.985$ ) > F tabel ( $0.062$ ) atau signifikansi F ( $0,000$ ) <  $\alpha$  ( $0.05$ ), dengan persamaan:

$$Y = 0.132 + 0.368X1 + 0.475X2 + (-0.039)X3 + 0.054X4 + 0.133X5 + 0.324$$

Dilihat pada tabel koefisien determinasi, nilai adjusted R<sup>2</sup> diperoleh sebesar 0,965 atau 96,5%. Hal ini berarti bahwa 96,5% variasi keputusan pembelian dijelaskan oleh faktor-faktor pribadi konsumen yang berkaitan dengan keputusan pembelian produk Fatto A Mano. Sedangkan sisanya sebanyak 3,5% dipengaruhi oleh faktor lain diluar dari model dalam penelitian ini.

Berdasarkan hasil penelitian maka dimensi faktor-faktor pribadi konsumen yang meliputi usia dan siklus daur hidup (X1), pekerjaan (X2), gaya hidup (X4) serta kepribadian dan konsep diri (X5) berpengaruh signifikan secara parsial, namun situasi ekonomi (X3) tidak berpengaruh signifikan secara parsial.

2. Dimensi faktor-faktor pribadi konsumen yang dominan berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk Fatto A Mano di Kota Malang adalah pekerjaan (X2). Hal ini didukung oleh besarnya pengaruh langsung dari variabel pekerjaan

# PLAGIARISME ADALAH PELANGGARAN HAK CIPTA DAN ETIKA

(X2) tersebut terhadap peningkatan keputusan pembelian produk Fatto A Mano di Kota Malang dengan nilai  $\beta$  0.475 yang paling besar.

## B. Saran

Dari hasil kesimpulan yang telah dikemukakan, maka saran yang peneliti dapat berikan sebagai bahan pertimbangan bagi pihak Fatto A Mano adalah sebagai berikut:

1. Disarankan kepada perusahaan agar dalam meningkatkan keputusan pembelian produk Fatto A Mano di Kota Malang, hendaknya tetap memperhatikan faktor-faktor pribadi konsumen yang meliputi usia dan siklus daur hidup, pekerjaan, situasi ekonomi, gaya hidup serta kepribadian dan konsep diri dalam memperbaiki faktor-faktor pribadi konsumen.
2. Mengingat bahwa pekerjaan (X2) merupakan dimensi yang berpengaruh paling dominan terhadap keputusan pembelian produk Fatto A Mano di Kota Malang, maka disarankan kepada perusahaan untuk dapat mempertahankan hal ini dan dapat mengembangkan desain dan variasi produk serta memperhatikan ukuran produk (size) yang lengkap.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, dkk. 2017. *Pengaruh Sikap, Faktor Pribadi dan Faktor Sosial terhadap Keputusan Pembelian (Survei pada Konsumen Kartu Perdana SimPATI di GraPARI Malang*. (<http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jab/article/view/1663>, diakses pada 10 Oktober 2017).
- Arikunto, Suharsimi. 2009. *Manajemen Penelitian*. Jakarta: PT RINEKA CIPTA.
- Arikunto, Suharsimi. 2010. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Armstrong. 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi 12. Jilid 1. Erlangga.
- Santoso, Singgih. 2014. *Statistik Multivariat Edisi Revisi*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Santoso, Slamet. 2013. *Statistika Ekonomi plus Aplikasi SPSS*. Ponorogo: Umpro Press.
- Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2012. *Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Bisnis*. Cetakan Ke-17. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif, CV*. Bandung: Alfabeta.
- Wahyuni. 2015. *Pengaruh Faktor-Faktor Pribadi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Indihome pada PT Telkom, Tbk Witel di Kota Samarinda*. ([http://ejournal.adbisnis.fisip-unmul.ac.id/site/wp-content/uploads/2016/06/Jurnal%20Wahyuni%20\(06-20-16-03-47-51\).pdf](http://ejournal.adbisnis.fisip-unmul.ac.id/site/wp-content/uploads/2016/06/Jurnal%20Wahyuni%20(06-20-16-03-47-51).pdf), diakses pada 10 Oktober 2017).

## PLAGIARISME ADALAH PELANGGARAN HAK CIPTA DAN ETIKA

Wati, Veterena. 2013. *Pengaruh Faktor Sosial, Pribadi, dan Psikologis terhadap Keputusan Pembelian Blackberry di Kota Surabaya*. (<http://jurnalmahasiswa.unesa.ac.id/index.php/jim/article/view/4544>, diakses pada 10 Oktober 2017).

