

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan uraian dan pembahasan pada bab-bab sebelumnya, maka penulis dapat menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Dari hasil uji simultan (uji F) dapat dilihat pada (Uji F) F_{hitung} 35,538 dengan tingkat signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$, H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya ada hubungan linier antara faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi dan faktor psikologi dengan keputusan konsumen dalam membeli kaos di Distro Termurah Sukabangun II. Nilai koefisien determinasi secara keseluruhan (Adjusted R Square) adalah sebesar 0,614 dengan demikian artinya variabel keputusan pembelian t-shirt kaos distro termurah di sukabangun II dipengaruhi oleh empat variabel yaitu faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi dan faktor psikologi sebesar 61 persen.
2. Melalui hasil perhitungan bahwa nilai beta (koefisien regresi) terbesar adalah variabel faktor psikologi (X_4) yaitu 0,447, hal ini juga sejalan dengan rata-rata tertinggi yang didapat dari distribusi frekuensi bahwa faktor tertinggi yang mempengaruhi yaitu faktor psikologi dan ini juga menunjukkan bahwa variabel faktor psikologi merupakan faktor yang paling dominan dalam mempengaruhi pengambilan keputusan dalam membeli t-shirt kaos Distro Termurah di Sukabangun II.

5.2 Saran

Berdasarkan pembahasan dan kesimpulan yang telah dijelaskan, maka penulis mempunyai beberapa saran, yaitu:

1. Seluruh faktor mempengaruhi konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian t-shirt kaos. Pihak distro disini diharapkan dapat terus menjaga dan meningkatkan kualitas pelayanan maupun produk yaitu dengan cara menambah variasi harga dari produk kaos tersebut sehingga konsumen dapat membeli kaos sesuai dengan keadaan ekonomi masing-masing konsumen dan pihak distro dapat menambah variasi warna produk kaos yang dijual yang dapat mencerminkan kepribadian dari pengguna, serta menambah koleksi produk kaos yang mengikuti trend fashion.
2. Pihak Distro Termurah Sukabangun II hendaknya terus menjaga dan meningkatkan kualitas dari produk yang dijual, media promosi yang digunakan yakni melalui media sosial serta menambah jenis kaos yang dijual baik dari motif maupun modelnya sehingga dapat membuat konsumen dapat tampil lebih percaya diri ketika menggunakan t-shirt kaos tersebut. Karena hal diatas merupakan hal dominan yang menjadikan konsumen membeli t-shirt kaos distro termurah di Sukabangun II.