

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada bab sebelumnya, maka dapat tarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil persamaan regresi linier berganda diketahui bahwa faktor pribadi berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian konsumen dan faktor psikologis berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian konsumen di CFC Kota Langsa.
2. Hasil uji koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,524 atau 52,4% variabel faktor pribadi dan faktor psikologis memberikan pengaruh terhadap keputusan pembelian di CFC Kota Langsa dan sisanya sebesar 47,6% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak masuk dalam penelitian ini.
3. Hasil uji t diketahui bahwa faktor pribadi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di CFC Kota Langsa dan faktor psikologi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di CFC Kota Langsa.
4. Hasil uji F (uji simultan) variabel faktor pribadi dan faktor psikologi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di CFC Kota Langsa.

5.2. Saran

Saran yang dapat disampaikan:

1. Berdasarkan faktor pribadi masih adanya keputusan pembelian yang

dikaitkan dengan pekerjaan dan pendapatan, dimana harga produk CFC dianggap konsumen masih terlalu tinggi, sehingga disarankan kepada pihak CFC dapat menyediakan produk CFC yang harganya terjangkau dengan daya beli konsumen di kota Langsa.

2. Berdasarkan faktor psikologi, diharapkan pihak CFC tetap dapat menjaga kualitas dan kehalalan produk CFC, sehingga keputusan pembelian konsumen dapat terus meningkat.
3. Bagi peneliti lain yang ingin meneliti tentang keputusan pembelian konsumen dapat menambahkan variabel lain seperti faktor budaya dan faktor sosial.