

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Kesimpulan pada penelitian ini berdasarkan hasil analisis adalah sebagai berikut :

1. Koefisien determinasi (*R square*) sebesar 0,239 artinya bahwa *Idea Shopping* (X1) dan *Role Shopping* (X2) berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y). Angka ini berarti bahwa kontribusi variabel *Idea Shopping* (X1), *Role Shopping* (X2), *Value Shopping* (X3) terhadap Keputusan Pembelian (Y) sebesar 23,9% dan sisanya 76,1% dipengaruhi oleh variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.
2. *Idea Shopping* (X1), *Role Shopping* (X2), *Value Shopping* (X3) secara simultan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y). Hal ini dibuktikan dengan hasil pengujian diperoleh nilai F 3,352 dengan signifikansi sebesar $0,031 < 0,05$. Dengan demikian, hipotesis pertama diterima.
3. Hasil penelitian diperoleh bahwa variabel *Idea Shopping* (X1) memiliki koefisien regresi sebesar -0,132 terhadap Keputusan Pembelian (Y) dan nilai t hitung sebesar -0,987 dengan tingkat signifikansi $0,331 > 0,05$. Dengan demikian, hipotesis kedua ditolak.
4. Hasil penelitian diperoleh bahwa variabel *Role Shopping* (X2) memiliki koefisien regresi sebesar 0,397 terhadap Keputusan Pembelian (Y) dan nilai t hitung sebesar 3,023 dengan tingkat signifikansi $0,005 < 0,05$. Dengan demikian hipotesis ketiga diterima.
5. Hasil penelitian diperoleh bahwa variabel *Value Shopping* (X3) memiliki koefisien regresi sebesar 0,035 terhadap Keputusan Pembelian (Y) dan nilai t hitung sebesar 0,380 dengan tingkat signifikansi $0,707 > 0,05$. Dengan demikian hipotesis keempat ditolak.

5.2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan, dan kesimpulan yang diperoleh, maka saran yang dapat diberikan sebagai berikut:

1. *Idea Shopping* merupakan variabel yang sangat penting yang perlu diperhatikan Toko Salsa Poso karena konsumen yang berbelanja ingin mengetahui tren dan mode terbaru yang ditawarkan di Toko Salsa sehingga mereka akan memberikan informasi kepada orang lain yang berkaitan dengan perlengkapan bayi yang dijual.
2. *Role Shopping* juga merupakan hal yang penting dimana banyak konsumen lebih tertarik berbelanja untuk orang lain dari pada untuk dirinya sendiri, dan mereka memilih untuk berbelanja di Toko Salsa karena barang yang di jual sesuai dengan keinginan dan kemauan konsumen.
3. *Value Shopping* merupakan suatu hal dimana konsumen melakukan tawar-menawar harga atau sekedar mencari diskon, dan obral yang ada di Toko Salsa walaupun kemungkinan untuk menawar barang di Toko Salsa sangat sulit tetapi masih sangat banyak konsumen yang ingin berbelanja Perlengkapan Bayi di Toko Salsa.
4. Untuk penelitian yang akan datang disarankan untuk menambah atau mengganti variabel independen lainnya selain *Idea Shopping*, *Role Shopping*, dan *Value Shopping* yang tentunya dapat mempengaruhi variabel dependen Keputusan Pembelian, misalnya *Social Shopping* yang bertujuan untuk melengkapi penelitian ini karena konsumen beranggapan bahwa kenikmatan dalam berbelanja akan tercipta ketika mereka menghabiskan waktu bersama-sama dengan keluarga atau teman. yang bertujuan untuk lebih melengkapi penelitian ini karena masih ada variabel-variabel independen lain diluar penelitian ini yang mungkin bisa mempengaruhi Keputusan Pembelian.