

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Budaya (X1) dan Keluarga (X2) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y) produk *California Fried Chicken (CFC)* Poso. Hal ini dibuktikan dengan hasil pengujian diperoleh nilai F 7,426 dengan tingkat sig $0,002 < 0,05$.
2. Hasil penelitian diperoleh bahwa variabel Budaya (X1) memiliki koefisien regresi sebesar 0,331 terhadap Keputusan Pembelian (Y) produk *California Fried Chicken (CFC)* Poso. Dan nilai t_{hitung} sebesar 3,120 dengan tingkat sig $0,004 < 0,05$.
3. Hasil penelitian diperoleh bahwa variable Keluarga (X2) memiliki koefisien regresi sebesar 0,297 terhadap Keputusan Pembelian (Y) produk *California Fried Chicken (CFC)* Poso. Dan nilai t_{hitung} sebesar 2,642 dengan tingkat sig $0,013 < 0,05$.
4. Koefisiendeterminasi (*R square*) sebesar 0,339 artinya bahwa Budaya (X1) dan Keluarga (X2) berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y) produk *California Fried Chicken (CFC)* Poso. Angka ini berarti bahwa kontribusi variable Budaya (X1) dan Keluarga (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y) produk *California Fried Chicken (CFC)* Poso sebesar 33,9% dan sisanya 67% dipengaruhi oleh variable lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

5.2. Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, maka disarankan sebagai berikut :

1. Budaya yang dapat menambah informasi dan pengetahuan dari orang lain, kerabat, maupun keluarga berupa hal positif mengenai makanan yang ada di *California Fried Chicken (CFC)* Poso. Sehingga calon konsumen dan masyarakat semakin banyak mengenal *California Fried Chicken (CFC)* Poso yang selanjutnya diharapkan menjadi konsumen dan datang membeli.
2. Keluarga yang berbelanja produk *California Fried Chicken (CFC)* Poso sejauh ini belum pernah dikecewakan karena makanannya sangat enak dikonsumsi membuat konsumen merasa puas melakukan pembelian oleh karena itu perusahaan dituntut untuk mempertahankan rasa dari makanan yang dijual di *California Fried Chicken (CFC)* Poso.
3. Untuk penelitian yang akan datang saya menyarankan untuk menambah atau mengganti variabel independen lainnya selain Budaya dan Keluarga yang tentunya dapat mempengaruhi variabel dependen Keputusan Pembelian, misalnya harga, kualitas, dan pelayanan yang bertujuan untuk lebih melengkapi penelitian ini karena masih ada variabel-variabel independen lain diluar penelitian ini yang mungkin bias mempengaruhi Keputusan Pembelian.