

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Kesimpulan pada penelitian ini berdasarkan hasil analisis adalah sebagai berikut :

1. Kelas Sosial (X1) dan Budaya (X2) secara simultan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y). Hal ini dibuktikan dengan hasil pengujian diperoleh nilai F 17,803 dengan signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Hal ini berarti bahwa kelas sosial(X1) dan budaya (X2) berpengaruh secara simultan terhadap Keputusan Pembelian (Y). Dengan demikian, hipotesis pertama yang menyatakan bahwa Kelas Sosial(X1) dan Budaya(X2) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian(Y) diterima.
2. Hasil penelitian diperoleh bahwa variabel Kelas Sosial(X1) memiliki koefisien regresi sebesar 0,265 terhadap keputusan pembelian (Y) dan nilai t hitung sebesar 1,615 dengan tingkat signifikansi $0,118 > 0,05$. Hal ini berarti bahwa Kelas Sosial (X1) berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y). Dengan demikian, hipotesis kedua yang menyatakan bahwa Kelas Sosial (X1) berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y) ditolak.
3. Koefisien determinasi (*R square*) sebesar 0,569 artinya bahwa Kelas Sosial(X1) dan Budaya (X2) berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y). Angka ini berarti bahwa kontribusi variable kelas sosial(X1) dan Budaya(X2)

terhadap Keputusan Pembelian (Y) sebesar 56,9% dan sisanya 43,1% dipengaruhi oleh variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

5.2. Saran

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

1. Kelas Sosial yang beragam dari konsumen terhadap Toko Stupa Bakery sebaiknya tidak terlalu perlu diperhatikan. Akan tetapi sebagai catatan mengenai harga produk yang belum sesuai dengan harapan konsumen, sangatlah perlu diperhatikan karena jika ini terus menerus dibiarkan maka perlahan-lahan konsumen akan menjadi berkurang, belum lagi dengan banyaknya toko-toko pesaing yang mulai bermunculan yang akan menambah tingkat persaingan usaha di bidang roti.
2. Budaya yang dimiliki konsumen merupakan variabel yang sangat penting yang perlu diperhatikan Toko Stupa Bakery. Dengan melihat hasil ini Toko Stupa Bakery dituntut untuk selalu memahami budaya dan kebiasaan para konsumennya. Dengan memahami kebiasaan konsumen, maka dapat memudahkan Toko Stupa Bakery untuk menciptakan ide-ide guna mempengaruhi proses pembelian para pasar sarannya.
3. Untuk penelitian yang akan datang disarankan untuk menambah atau mengganti variabel independen lainnya selain Kelas Sosial dan Budaya yang tentunya dapat mempengaruhi variabel dependen keputusan pembelian, misalnya sub budaya, persepsi kualitas dan konsep diri dalam gaya hidup konsumen yang bertujuan untuk lebih melengkapi penelitian ini karena masih

ada variabel-variabel independen lain diluar penelitian ini yang mungkin bisa mempengaruhi keputusan pembelian.

