

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan penelitian ini, berpengaruh positif dan signifikan factor budaya (X1) terhadap keputusan pembelian Martabak HAR dan Resto di Palembang (Y). Uji parsial (uji t) maka dapat dilihat bahwa t hitung lebih besar dari t tabel yaitu $(2,990) > (1,991)$ dan nilai signifikansinya $(0,004) < (0,05)$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, jadi faktor budaya konsumen sudah baik, maka keputusan pembelian meningkat.
2. Berdasarkan penelitian ini, berpengaruh positif dan signifikan produk (X2) terhadap keputusan pembelian Martabak HAR dan Resto di Palembang (Y). Uji parsial (uji t) maka dapat dilihat bahwa t hitung lebih besar dari t tabel yaitu $(2,343) > (1,991)$ dan nilai signifikansinya $(0,022) < (0,05)$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, jadi produk yang baik maka keputusan pembelian meningkat.
3. Berdasarkan penelitian ini, berpengaruh positif dan signifikan pribadi (X3) terhadap keputusan pembelian Martabak HAR dan Resto di Palembang (Y). Uji parsial (uji t) maka dapat dilihat bahwa t hitung pada variabel faktor pribadi adalah sebesar $(3,570)$ dengan tingkat signifikansinya sebesar $(0,001)$. Karena nilai t hitung lebih besar dari t tabel yaitu $(3,570) > (1,991)$ dan nilai

signifikansinya $(0,001) < (0,05)$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, jadi faktor pribadi yang baik maka keputusan pembelian akan meningkat.

4. Berdasarkan penelitian ini, variabel faktor budaya, produk, dan faktor pribadi secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Martabak HAR dan Resto di Palembang. Uji simultan (uji f) maka dapat dilihat f tabel yaitu (2,72), jadi berdasarkan tabel 4.11 bahwa nilai f hitung $>$ f tabel yaitu $40,352 > 2,72$ sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima dengan signifikan sebesar $0,000 < 0,05$, jadi faktor budaya, produk, dan pribadi yang baik maka keputusan pembelian akan meningkat.

B. Saran

Berdasarkan simpulan di atas, maka dapat dikemukakan beberapa saran sebagai berikut:

1. Martabak HAR dan Resto di Palembang harus mempertahankan dan meningkatkan variabel faktor budaya, produk, dan pribadi dengan cara memberikan pelayanan yang cepat sehingga konsumen dapat menghemat waktu. Martabak HAR dan Resto di Palembang juga harus memelihara tempat dan memberikan fasilitas yang memadai agar nyaman bagi konsumennya yang suka menghabiskan waktu luangnya dengan berkumpul bersama di gerai tersebut. Martabak HAR juga harus memperbanyak variasi makanan yang sesuai selera konsumennya dengan berbagai variasi harga pula agar sesuai dengan pendapatan dari berbagai segmen yang disasar oleh Martabak HAR.

2. Hasil penelitian mengungkapkan bahwa variabel produk dominan terhadap keputusan pembelian. Melihat hal ini, Martabak HAR di Palembang hendaklah mempertahankan konsumennya dengan menjaga dan meningkatkan kualitas produknya sehingga sehingga konsumen merasa tetap nyaman berada di Martabak HAR tersebut.
3. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan agar dapat terus mengembangkan penelitian ini. Penelitian ini menggunakan tiga variabel bebas yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian, yaitu faktor budaya, produk, dan faktor pribadi. Peneliti diharapkan menggunakan variabel-variabel bebas lainnya yang belum diteliti dalam penelitian ini dalam mengukur keputusan pembelian.