

## BAB 5

### SIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan terhadap faktor internal yang mempengaruhi keputusan pembelian mebel rotan PT Aneka Regalindo di Sidoarjo dan berdasarkan hasil analisis pada bab 4, maka dapat diambil beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Faktor internal (motivasi, persepsi, kepribadian, belajar dan sikap) secara simultan atau serempak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini dapat dibuktikan dari hasil perhitungan  $R^2 = 0,606$  yang berarti 60,6% keputusan pembelian secara serempak dipengaruhi oleh faktor internal (motivasi, persepsi, kepribadian, belajar dan sikap). Hasil tersebut didukung dan diperkuat dengan hasil uji F yang pada pembahasan bab 4 menunjukkan signifikansi antara variabel bebas (motivasi, persepsi, kepribadian, belajar dan sikap) dengan variabel tergantung (keputusan pembelian), dengan demikian hipotesa pertama telah terbukti kebenarannya.
2. Variabel bebas (motivasi, persepsi, belajar dan sikap) secara parsial atau masing-masing mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel tergantung (keputusan pembelian), namun kepribadian tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini dapat dilihat dari hasil uji t yang menunjukkan nilai  $-0,0203$  untuk variabel kepribadian. Kepribadian tidak

mempengaruhi keputusan pembelian, karena tidak semua orang memiliki jiwa seni seperti yang diduga sebelumnya. Berdasarkan hasil hipotesis tersebut, maka kebenaran hipotesis kedua telah terbukti.

## 5.2. Saran

Bedasarkan simpulan di atas, maka penulis memberikan beberapa saran dengan harapan dapat berguna bagi pemilik perusahaan mebel rotan PT Aneka Regalindo dalam mengembangkan usahanya, antara lain:

1. Walaupun untuk saat ini mebel rotan PT Aneka Regalindo sudah cukup dikenal dan banyak pelanggannya, hendaknya perusahaan terus memantau perilaku konsumennya agar dapat mengantisipasi perubahan perilaku konsumennya.
2. Hendaknya perusahaan terus mempertahankan mutu produk mebel rotan, sehingga konsumen tetap setia memakai produk mebel rotan PT Aneka Regalindo.
3. Hendaknya pihak perusahaan memperhatikan faktor internal, supaya dapat menanggapi secara aktif pendapat-pendapat dari kalangan konsumen dalam pembelian mebel rotan, baik mengenai kelebihan atau kekurangannya.
4. Hendaknya pihak perusahaan lebih meningkatkan pelayanan produknya, yang pada penelitian ini dibatasi atribut yang menyangkut kualitas, kekuatan, model dan bentuk mebel rotan.
5. Mengingat pesatnya perubahan atau perkembangan teknologi dan selera konsumen, hendaknya perusahaan sering melakukan penelitian.

## DAFTAR KEPUSTAKAAN

- Arcana, Nyoman, 1996, **Pengantar Statistika II Untuk Ekonomi Bagian Inferensial**, Fakultas Ekonomi, Universitas Katolik Widya Mandala, Surabaya.
- Arcana, Nyoman, dan Mursinto, Joko, 1991, **Pengantar Statistika Induktif**, Fakultas Ekonomi, Surabaya: Universitas Katolik Widya Mandala.
- Clarke, G. M, D. Cooke, 1992, **A Basic Course In Statistics**, (Third Edition), ELBS with Edward Arnold.
- Dajan, Anto, 1986, **Pengantar Metode Statistik Jilid II**, (Cetakan II), Jakarta: LP3ES.
- Djarwanto PS. dan Pangestu, Subagyo, 1996, **Statistik Induktif**, (Edisi keempat), Yogyakarta: BPFE.
- Engel, James F. and Backwell, Roger D., 1990, **Consumer Behavior**, Orlando, The Dryden Press.
- Kothler, Philip, 1987, **Dasar Dasar Pemasaran**, (Edisi ketiga), Jilid I, Jakarta: Penerbit CV. Intermedia.
- Kothler, Philip, 1992, **Manajemen Pemasaran: Analisis Perencanaan dan Pengendalian**, (Edisi keenam), Jilid I, Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Kustituantio, Bambang, 1988, **Statistika Untuk Ekonomi dan Bisnis**, Yogyakarta: BPFE.
- Loudon, David L. and Della Bitta, Albert J, 1988, **Consumer Behavior Planning and Application**, (Third Edition), Singapore: Mc. Graw Hill International Editions.
- Mason, Robert D. and Lind, Douglas A., 1999, **Teknik Statistika Untuk Bisnis dan Ekonomi**, (Edisi kesembilan), Jilid II, Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Schiffman, Leon G. and Kanuk, Leslie Lazar, 1983, **Consumer Behavior**, (Second Edition), New Jersey: Prestice Hall International Editions, Engle Wood Cliffs.

Swastha, Basu dan Handoko, T. Hani, 1987, **Manajemen Pemasaran Analisa Perilaku Konsumen**, (Edisi pertama), Yogyakarta: Liberty.

Swastha, Basu dan Sukotjo, Ibnu W., 1988, **Pengantar Bisnis Modern: Pengantar Ekonomi Perusahaan Modern**, (Edisi ketiga), Yogyakarta: Liberty.

Universitas Katolik Widya Mandala, 1998, **Pedoman Penyusunan, Penulisan dan Pengujian Skripsi**, Surabaya: Universitas Katolik Widya Mandala.

Zainuddin, Muhamad, 1988, **Metodologi Penelitian**, Surabaya.

