

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

1. Hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel situasional, pengetahuan, dan kepribadian secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepatu merek converse di Kota Malang. Hal ini terbukti dengan F hitung lebih besar yaitu 8,229 dibanding dengan F tabel sebesar 3,1296. Dan variabel situasional, pengetahuan, dan kepribadian dalam mempengaruhi keputusan pembelian yang ditunjukkan dengan Adjusted R Square sebesar 27,2%, sedangkan sisanya 72,8% dipengaruhi oleh variabel-variabel bebas lain yang tidak dikaji dalam penelitian.
2. Berdasarkan hasil analisis regresi secara parsial dapat diketahui hasil perhitungannya adalah bahwa variabel X1 berpengaruh dan signifikan dapat ditunjukkan dengan nilai t hitung sebesar Berdasarkan hasil analisis regresi secara parsial dapat diketahui hasil perhitungannya adalah bahwa variabel X1 berpengaruh dan signifikan dapat ditunjukkan dengan nilai t hitung sebesar $3,567 > t$ tabel sebesar 1,995 dan angka signifikan $< 0,05$. Variabel X2 berpengaruh dan signifikan dengan ditunjukkan t hitung sebesar $-2,198 > t$ tabel sebesar 1,995 dan angka signifikan $> 0,05$. Variabel X3 berpengaruh dan signifikan dengan ditunjukkan t hitung sebesar $-2,104 < t$ tabel sebesar 1,995 dan angka signifikan $> 0,05$.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah diuraikan sebelumnya, maka peneliti memberikan saran-saran sebagaimana berikut :

1. Dari hasil Uji t (parsial) diketahui bahwa faktor situasional, pengetahuan, dan kepribadian memiliki pengaruh yang kuat terhadap keputusan sepatu merek Converse di Kota Malang maka perusahaan yang memproduksi sepatu merek Converse di Kota Malang ini sebaiknya mempertimbangkan dan memperhatikan kebijakan dengan baik yang berhubungan dengan keputusan pembelian.
2. Ditengah-tengah persaingan yang semakin ketat ini hendaknya manajemen Perusahaan sepatu merek Converse mempertahankan sekaligus meningkatkan kualitas produk yang sudah ada saat ini. Dengan perkembangan dunia yang cepat, maka kebutuhan pengguna dapat berubah dengan cepat. Manajemen hendaknya cepat tanggap dalam merespon keinginan dan kebutuhan pengguna sepatu merek Converse di Kota Malang. Dengan saran-saran yang dikemukakan peneliti di atas diharapkan dapat meningkatkan usahanya untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Sehingga untuk selanjutnya Perusahaan yang memproduksi sepatu merek Converse di Kota Malang dapat meningkatkan jumlah konsumennya.
3. Dalam penelitian ini masih ada banyak kelemahannya diantaranya koefisien determinasi masih rendah sehingga perlu menambah variabel lain diantaranya harga, gengsi, persepsi, kepopuleran dan lain-lain yang mana akan menjadi acuan untuk mengetahui perilaku konsumen dalam membeli.