

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan analisis data pada bab IV dengan membagikan 100 kuesioner kepada keonsumen bakso syar'i khas Malang, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil analisis dari uji F mengenai pengaruh faktor sosial dan faktor pribadi terhadap keputusan konsumen untuk membeli bakso syar'i khas Malang maka dari semua variabel yang terdiri dari faktor sosial (X_1) dan faktor pribadi (X_2) berpengaruh secara simultan terhadap keputusan konsumen (Y). Hal ini dapat dilihat dari nilai F_{hitung} sebesar 88,885 dimana nilai ini lebih besar dari nilai F_{tabel} sebesar 3,089 ($88,885 > 3,089$) dan nilai signifikansi F sebesar 0,000, dimana nilai ini lebih kecil dari nilai signifikan sebesar 0,05 ($0,000 < 0,05$) dan nilai R square sebesar 0,647 menunjukkan besarnya kontribusi untuk variabel faktor sosial (X_1) dan faktor pribadi (X_2) memengaruhi variabel terikat (Y) terhadap keputusan konsumen sebesar 64,7% Sementara sisanya ($100\% - 64,7\% = 35,3\%$) dijelaskan oleh variabel lain di luar penelitian ini yaitu faktor budaya dan faktor psikologis
2. Berdasarkan hasil analisis dari uji t mengenai pengaruh faktor sosial dan faktor pribadi terhadap keputusan konsumen untuk membeli bakso syar'i khas Malang maka dari semua variabel yang terdiri dari faktor sosial (X_1)

dan faktor pribadi (X_2) berpengaruh secara parsial diperoleh nilai t_{hitung} variabel faktor sosial (5,628) lebih besar dari t_{tabel} (1,66055), dengan sig (0,000) lebih kecil dari (0,05) dan nilai t_{hitung} variabel faktor pribadi (8,733) lebih besar dari t_{tabel} (1,66055), dengan sig (0,000) lebih kecil dari (0,05), Sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa variabel faktor sosial dan faktor pribadi mempunyai pengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian konsumen.

B. Saran

Sebagai penutup skripsi ini, penulis memberikan saran berdasarkan hasil analisis, yaitu:

1. Hasil analisis menyebutkan bahwa faktor sosial dan faktor pribadi berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen. Maka diharapkan kepada pemilik bakso syar'i khas Malang agar dapat mempertahankan kualitas, harga dan pelayanan yang baik.
2. Peneliti menyarankan kepada peneliti selanjutnya agar dapat mengembangkan penelitian ini dengan meneliti faktor keimanan yang dapat memengaruhi keputusan pembelian konsumen untuk membeli bakso syar'i khas Malang.