# BAB V

# PENUTUP

## A. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dibahas, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil penelitian secara parsial diketahui bahwa:
   a. Faktor sosial berpengaruh negative dan tidak signifikan terhadap perilaku konsumen dalam membeli pakaian layak pakai di pasar Tungging Kota Banjarmasin, hal ini dibuktikan dengan nilai t hitung < t-tabel (0,246 < 1,672), dan Signifikansi lebih besar dari alpha (0,807 > 0,05) dan koefisien regresi mempunyai nilai positif sebesar 0,049.
   b. Faktor pribadi berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumen dalam membeli pakaian layak pakai di pasar Tungging Kota Banjarmasin, hal ini dibuktikan dengan nilai t-hitung > t-tabel (3,807 > 1,672), dan Signifikansi lebih kecil dari alpha (0,000 < 0,05) dan koefisien regresi mempunyai nilai positif sebesar 0,540.
2. Hasil penelitian secara simultan diketahui bahwa:

Nilai F hitung adalah sebesar 7,287 dan F tabel sebesar 3,16 yang berarti F-hitung > F-tabel . Sementara nilai Signifkan diketahui bernilai 0,002 dan nilai tersebut lebih kecil dari tingkat signifikansi yang telah ditentukan yaitu 0,05. Dengan demikian, dapat disimpulkan terdapat pengaruh yang signifikan secara

simultan antara faktor sosial dan pribadi terhadap perilaku konsumen dalam membeli pakaian layak pakai di pasar tungging Kota Banjarmasin.

## B. Saran

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

1. Dalam penelitian ini faktor pribadi terbukti dominan berpangaruh secara parsial maupun simultan terhadap keputusan pembelian pakaian layak pakai di Pasar Tungging Kota Banjarmasin. Maka dari hal tersebut dapat dijadikan pertimbangan juga saran untuk penjual agar memperhatikan faktor tersebut untuk menarik pelanggan sebanyak mungkin, supaya penjualan pakaian layak pakai banyak diminati oleh konsumen yang akan membelinya.
2. Bagi para peneliti berikutnya sekiranya dapat melakukan penelitian yang lebih mendalam dengan membuat faktor-faktor lain yang terdapat dalam bauran pemasaran seperti produk, harga, tempat, dan promosi terhadap keputusan pembelian pakaian layak pakai di pasar tungging Kota Banjarmasin. Juga bisa diteliti dari segi tinjauan hukum memperdagangkan pakaian layak pakai tersebut.