

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

1. Berdasarkan hasil uji analisis secara simultan (Uji F), dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel Faktor Budaya (X1), Faktor Sosial (X2), Faktor Pribadi (X3) dan Faktor Psikologis (X4) secara bersama-sama mempunyai pengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y) Sepatu Adidas Yeezy di Mafioso Store Surabaya.
2. Berdasarkan hasil uji analisis secara parsial (uji t), dapat ditarik kesimpulan bahwa:
 - a. Faktor Budaya (X1) berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y) dengan nilai t_{hitung} sebesar 4,077.
 - b. Faktor Sosial (X2) berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y) dengan nilai t_{hitung} sebesar 6.262.
 - c. Faktor Pribadi (X3) berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y) dengan nilai t_{hitung} sebesar 2.225.
 - d. Faktor Psikologis (X4) berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y) dengan nilai t_{hitung} sebesar 2,778.
3. Sedangkan berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan di Mafioso Store Surabaya, dari beberapa faktor yaitu faktor budaya, sosial, pribadi

dan psikologis yang paling besar pengaruhnya terhadap keputusan pembelian adalah faktor sosial. Selanjutnya faktor budaya dan faktor psikologis. Sedangkan faktor pribadi tidak berpengaruh besar terhadap keputusan pembelian sepatu Adidas Yeezy.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas dapat dikemukakan saran sebagai berikut:

1. Bagi Mafioso Store Surabaya, diharapkan untuk bisa memperbaiki area parkir khusus bagi para konsumen yang membawa mobil agar lebih memadai demi kenyamanan semua pihak.
2. Bagi owner selaku penjual sepatu Adidas Yeezy, diharapkan bisa tetap menjaga kualitas pelayanannya untuk produk yang dijualnya dan menjaga komunikasi yang baik dengan para konsumennya terutama yang berada di media sosial agar dapat mempertahankan konsumen tersebut untuk tetap loyal melakukan pembelian di Mafioso Store Surabaya.
3. Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan agar bisa memberi alternative subyek penelitian yang lain dan juga mengembangkan batasan variabel yang akan diteliti seperti variabel produk, pelayanan, tempat, promosi, dan harga.