

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Sesuai dengan hasil analisis faktor yang telah dilakukan diperoleh enam faktor yang mendorong konsumen dalam keputusan pembelian pada Songket Silungkang yaitu sebagai berikut :

1. Faktor perilaku konsumen pertama yang mendorong pembelian pada Songket Silungkang adalah Kualitas Produk.
2. Faktor perilaku konsumen yang kedua pendorong pembelian pada Songket Silungkang adalah Budaya.
3. Faktor perilaku konsumen ketiga yang mendorong pembelian pada Songket Silungkang adalah Lifestyle.
4. Faktor perilaku konsumen keempat yang mendorong pembelian pada Songket Silungkang adalah Harga.
5. Faktor perilaku konsumen kelima yang mendorong pembelian pada Songket Silungkang adalah Status Sosial
6. Faktor perilaku konsumen keenam yang mendorong pembelian pada Songket Silungkang adalah Keunggulan Produk

5.2 Implikasi Penelitian

Sesuai dengan hasil penelitian yang diperoleh, maka dapat dibuat beberapa implikasi penting yang dapat memberikan manfaat bagi :

1. Berdasarkan hasil pengujian analisis faktor diketahui bahwa faktor utama perilaku konsumen yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen untuk membeli Songket Silungkang adalah Kualitas Produk yang baik, Budaya yang mendukung, Lifestyle atau Gaya Hidup yang menarik konsumen, Harga yang relative, Status Sosial serta Keunggulan Produk yang baik sehingga konsumen dapat mengambil keputusan untuk membeli Songket Silungkang di Kota Sawahlunto.
2. Bagi Songket Silungkang diharapkan untuk dapat meningkatkan Kualitas Produk yang lebih baik lagi sehingga bisa mencapai seluruh target pasar. Karena masih banyak yang masih belum mengetahui apa itu Songket Silungkang. Bagi Produsen juga diharapkan untuk tetap menjaga serta meningkatkan manfaat dan nilai yang dapat diberikan pada konsumen Songket agar konsumen memiliki persepsi yang positif terhadap Songket.

5.3 Keterbatasan Peneliti

Peneliti menyadari hasil penelitian yang telah dihasilkan dalam penelitian ini masih memiliki kekurangan yang disebabkan adanya keterbatasan yang peneliti rasakan selama pembuatan penelitian ini. Secara umum keterbatasan yang dimaksud adalah :

1. Penelitian ini melibatkan subyek penelitian dalam jumlah yang terbatas, yaitu sebanyak 80 responden, menyebabkan hasil yang belum dapat digeneralisasikan pada kelompok subyek.
2. Data yang diperoleh masih terbatas karena penelitian ini menggunakan data kuantitatif yang diperoleh berdasarkan jawaban kuseioner responden.
3. Masih terdapat beberapa faktor yang dapat mempengaruhi perilaku konsumen dalam pembelian Songket Silungkang yang tidak digunakan dalam penelitian ini seperti, faktor bauran pemasaran dan resiko dalam pembelian. Penelitian ini lebih dominan pada perilaku konsumen.

5.4 Saran

Berdasarkan keterbatasan penelitian yang telah diajukan maka peneliti mengajukan beberapa saran yang dapat memberikan manfaat bagi :

1. Peneliti dimasa mendatang disarankan untuk menambah jumlah ukuran sampel yang akan digunakan, saran tersebut penting untuk meningkatkan ketepatan dan akurasi hasil penelitian yang diperoleh.
2. Peneliti dimasa mendatang disarankan untuk menggunakan model analisis yang berbeda untuk mengetahui sejumlah faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam pembelian Songket Silungkang, seperti mengembangkan model analisis faktor kedalam bentuk regresi ataupun bentuk model statistik lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdulsyani. (2012). *Sosiologi Skematik, Teori dan Terapan*. Jakarta: Bumi Aksar.
- Adhim, Chairul. (2020). *Analisis Faktor Budaya, Sosial, Pribadi dan Psikologi Terhadap Perilaku Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Pada Butik Yulia Grace*. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi.
- Afrizal. (2014). *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Rajagrafindo.
- Amirullah & Widayat. (2002). *Riset Bisnis*. Graha Ilmu, Yogyakarta.
- Arikunto, Suharsimi. (2010). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Assauri, Sofjan. (2010). *Manajemen Pemasaran Dasar dan Konsep Strategi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Assauri, Sofjan. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : PT Raja Grafindo.
- Bungan, Burhin. (2008). *Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Kencana Media Group.
- Cahya, Eva. (2015). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Sony Xperia Z Series Di Counter Insight Plaza Marina Surabaya*. Universitas Negeri Surabaya.
- Damiati, Luh Masdarini, dkk. (2017). *Perilaku Konsumen*, Depok : Rajawali Pers, hlm.
- Digdowiseiso, Kumba. (2017). *Metodologi Penelitian Ekonomi Dan Bisnis*. Edited by M.S. Dr. Suharyono. Jakarta: Lembaga Penerbitan Universitas Nasional(LPU-UNAS).
- Engel, J., Blackwell, R. D., & Miniard, P. W. (1994). *Perilaku Konsumen* (13 ed., Vol. 1). Jakarta: Binarupa Aksara.
- Fandy, Tjiptono. (2011). *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*. Edisi. 2. Yogyakarta: Andi.
- Ghozali, Imam. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Ibm. Spss 24 (Edisi Keenam.)* Semarang: Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS25*. Semarang: UniversitasDiponegoro.
- Hair, Joseph E, Jr. et al. (2010). *Multivariate Data Analysis 7th Edition*. Pearson Education Limited. Harlow. England.

- Hair, J. F., G. T. M. Hult, C. M. Ringle, and M. Sarstedt. 2017. *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) (2nd Ed.)*. Sage: Thousand Oaks.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R.P. (2010). *Multivariate Data Analysis*. New Jersey: Pearson.
- Henard, D.H. dan Szymanski,. (2001). “*Journal of Marketing Research*” dalam D.M.
- Herawan, Bagus Nur dan Supriono,. (2010). *Pengaruh keunggulan Produk dan Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian Kunjungan Wisata (Studi Pada Wisatawan Nasional Indonesia Yang Berwisata Ke Luar Negeri)*, Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) Vol. 60 No. 2 Juli
- Kotler, Philip. (2000). *Manajemen Pemasaran*. Jilid 2. Bumi Aksara. Jakarta.
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gery. (2001). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Alih Bahasa: Damos Sihombing. Jilid 1. Edisi Kedelapan. Erlangga, Jakarta.
- Kottler, Philip., dan Gary Armstrong. (2001). *Prinsip-prinsip pemasaran*, Edisi keduabelas, Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip. (2005). *Manajemen Pemasaran. Jilid 1 dan 2*. Jakarta : PT Indeks Kelompok Gramedia.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2007). *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen pemasaran (13 ed., Vol. 1; 2)*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kusumo, Dewi. (2016). *Pengaruh Gaya Hidup, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kain Batik Mirota Surabaya*. Universitas Negeri Surabaya.
- Martono. (2014). *Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen Produk Batik Sandang Duwur Lamongan*. Universitas Negeri Surabaya.
- Nugraheni,. (2003). *Perbedaan Kecenderungan Gaya Hidup Hedonis Remaja Ditinjau Dari Lokasi Tempat Tinggal*.
- Nugroho J. Setiadi,. (2010). *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer Pada Motif, Tujuan, Dan Keinginan Konsumen*, Kencana, Jakarta, hal. 227.

- Oliver,. (2010). *Perilaku Konsumen: Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian*, Andi Offset: Yogyakarta, hal. 176
- Paramitha, Ananda Febriana. (2020). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Batik Motif Sumatera Utara*. Universitas Sumatera Utara.
- Philip Kotler, et. al., (2005). *Manajemen Pemasaran : Sudut Pandang Asia*, PT Indeks, Jakarta, hlm. 175.
- Santrock, John W., (2009). *Psikologi Pendidikan*, Jakarta: Salemba Humanika, 194.
- Sitorus M. (2000). *Sosiologi*. Bandung : Cahaya Budi.
- Situnjuk dan Sugiarto (2006). Uji reliabilitas BINUS University Quality Management Center <http://qmc.binus.ac.id/2014/11/01/u-j-i-v-a-l-i-d-i-t-a-s-d-a-n-u-j-i-r-e-l-i-a-b-i-l-i-t-a-s/>
- Sunyoto, Drs. Danang. (2015). *Perilaku Konsumen dan Pemasaran*. Yogyakarta : Center of Academic Publishing Service.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Statistika untuk Penelitian*. Bandung: CV Alfabeta.
- Tjiptono, Fandy. (2000). *Prinsip dan Dinamika Pemasaran Edisi Pertama*. Yogyakarta: J & J Learning _____.
- (2008). *Strategi Pemasaran*, Edisi Pertama. Yogyakarta : Penerbit Andi.
- Tjiptono, Fandy,. (2008). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Tjiptono, Fandy. (2014). *Pemasaran Jasa*, Malang: Bayumedia Publishing.
- Wibowo, Muhammad. (2014). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Batik Puspa Di Pasar Klewer Surakarta*. Universitas Muhammadiyah Surakarta.