

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan uji yang telah dilakukan dan perhitungan yang sudah dilakukan, maka pada penelitian yang berjudul Pengaruh Faktor Sosial dan Faktor Pribadi dalam Keputusan Pembelian Sepatu Vans Pada Toko Sneakers Lampung dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh antara faktor sosial terhadap keputusan pembelian sepatu Vans pada toko sneakers Lampung. Hal ini ditunjukkan oleh nilai t_{hitung} 9.960 > t_{tabel} 1.984. Maka H_0 ditolak dan H_a diterima yang artinya secara parsial faktor sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian sepatu vans pada toko sneakers Lampung.
2. Terdapat pengaruh antara faktor pribadi terhadap keputusan pembelian sepatu vans pada toko sneakers lampung. Hal ini ditunjukkan oleh dimana nilai t_{hitung} 19.038 > t_{tabel} 1.984. Maka H_0 ditolak dan H_a diterima yang artinya secara parsial faktor pribadi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian sepatu vans pada toko sneakers Lampung.
3. Terdapat pengaruh antara faktor sosial dan faktor pribadi terhadap keputusan pembelian sepatu vans pada toko sneakers lampung, hal ini ditunjukkan oleh nilai F_{hitung} 234.468 > F_{tabel} 3.09 yang artinya secara simultan faktor sosial dan faktor pribadi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian sepatu vans pada toko sneakers Lampung.
4. Pada nilai R (Korelasi) sebesar 0,913 atau 91,3%, nilai tersebut menunjukkan tingkat hubungan antara variabel. Sedangkan pada nilai koefisien determinasi R square (R^2)

sebesar 0,834 yang menunjukkan bahwa 83,4% keputusan pembelian dipengaruhi adanya variabel faktor sosial dan faktor pribadi, dan sisanya 16,6% ($0,834 \times 100\% = 83,4\%$).

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas, maka dalam hal ini penulis menyarankan beberapa hal sebagai berikut:

1. Variabel faktor sosial pada pernyataan terkait kelompok referensi, dimana lebih baik toko sneakers lampung lakukan riset untuk memahami tren fashion dan gaya hidup masyarakat Lampung dan Berpartisipasi dalam acara komunitas lokal dan festival untuk membangun hubungan dengan calon pelanggan.
2. Variabel faktor pribadi pada pernyataan keadaan ekonomi, dimana toko sneakers lampung membuat program **program VIP** untuk pelanggan setia yang mendapatkan akses ke penawaran dan manfaat eksklusif dan berikan reward kepada pelanggan untuk setiap pembelian yang dapat ditukarkan dengan produk gratis aksesoris sepatu.
3. Untuk penelitian selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan faktor-faktor lainnya yang bisa menjadi keputusan pembelian konsumen berbelanja di toko sneakers Lampung, serta dengan pendekatan dan analisis yang lebih baik lagi.