

BAB V

PENUTUP

1.1 KESIMPULAN

Berdasarkan dari hasil analisis yang di paparkan diatas dapat disimpulkan bahwa :

1. Hasil pembuktian bahwa faktor budaya berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.
2. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa faktor sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.
3. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa faktor harga berpengaruh negative dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

1.2 IMPLIKASI

1.2.1 Implikasi Teoritis

Implikasi teoritis dari hasil penelitian ini yaitu dapat menjadi empiris yang menjelaskan pengaruh faktor budaya, faktor sosial dan faktor harga terhadap keputusan pembelian sehingga hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi kepentingan keilmuan yang kemudian dapat menjadikan sebagai acuan maupun referensi untuk penelitian mendatang. Implikasi Teoritis dalam penelitian ini adalah :

Hasil penelitian ini terbukti secara teoritis dimana variabel faktor budaya berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian pada Toko Praiya Furniture Oesapa Kota Kupang. Hal ini menunjukkan bahwa hasil penelitian ini sejalan dan

mendukung teori yang di sampaikan oleh peneliti, dimana teori menyatakan bahwa menurut Nandini Aisyah Isnani : 2020).

Menurut (Kotler dan Keller : 2012) mendefinisikan faktor budaya adalah determinasi dasar keinginan dan perilaku seseorang. Melalui keluarga dan instansi utama lainnya, seorang anak yang tumbuh di Negara lain mungkin mempunyai pandangan yang berbeda tentang diri sendiri, hubungan dengan orang lain dan ritual.

Hasil penelitian ini terbukti secara teoritis dimana faktor sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Toko Prai Furniture Oesapa Kota Kupang. Hal ini menunjukkan bahwa hasil penelitian ini sejalan dan mendukung teori yang disampaikan oleh peneliti, dimana teori menyatakan bahwa “faktor sosial adalah sekelompok orang yang sama-sama mempertimbangkan secara dekat persamaan di dalam status atau penghargaan komunitas yang terus menerus bersosialisasi di antara mereka sendiri baik formal dan informal (Lamb, 2001 : 210)

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Nandini Aisyah Isnani dengan judul Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen terhadap proses keputusan pembelian sepatu vans pada Outlet vans mal kota kasablanka.

Hasil penelitian ini terbukti secara teoritis dimana faktor harga berpengaruh negative dan signifikan terhadap keputusan pembelian Pada Toko Prai Furniture Oesapa Kota Kupang. Hal ini menunjukkan bahwa hasil bahwa hasil penelitian ini sejalan dan mendukung teori yang disampaikan oleh peneliti,

dimana teori menyatakan bahwa menurut Alma, (2004 : 169) menyatakan, harga adalah nilai suatu barang yang dinyatakan dengan uang.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Supriyatna (2020) dengan judul Analisis pengaruh harga, desain produk, dan citra merek terhadap keputusan pembelian.

1.2.2 Implikasi Terapan

Berdasarkan hasil penelitian di atas, maka peneliti dapat mengemukakan beberapa hal penting sebagai berikut :

1. Dengan diketahui bahwa faktor budaya pada Toko Praiya Furniture Oesapa Kota Kupang di kategori baik dan terlihat bahwa semua indikator faktor budaya mendapatkan responden yang baik maka hal ini perlu di pertahankan bahkan di tingkatkan. Dengan memperhatikan nilai-nilai budaya di setiap daerah untuk memahami cara terbaik memasarkan produk.
2. Dengan diketahui bahwa faktor sosial pada Toko Praiya Furniture Oesapa Kota Kupang di kategori baik dan terlihat bahwa semua indikator faktor sosial mendapatkan responden yang baik maka hal ini perlu di pertahankan bahkan ditingkatkan. Toko Praiya Furniture Oesapa Kota Kupang perlu menyadari potensi simbol status dari produk dan merek.
3. Dengan diketahui bahwa faktor harga pada Toko Praiya Furniture Oesapa Kota Kupang di kategori baik dan terlihat bahwa semua indikator faktor harga mendapatkan responden yang baik maka hal ini perlu di

pertahankan bahkan ditingkatkan. Dengan mempertimbangkan secara dekat memberi penghargaan kepada pelanggan setia.