

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasannya yang telah diuraikan pada bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Variabel harga berpengaruh signifikan secara positif terhadap keputusan pembelian kain tenun di Padu Padan Tenun dengan koefisien regresi 0,993 atau 99,3%. Hasil ini menjelaskan semakin tinggi harga, maka semakin tinggi pula keputusan pembelian.
2. Variabel *Celebrity endoser* (Selebgram Pendukung) berpengaruh signifikan secara positif terhadap keputusan pembelian dengan koefisien regresi 0,570 atau 57,0%. Hal ini menjelaskan bahwa semakin tinggi personality *celebrity endoser* (Selebgram Pendukung), maka semakin tinggi pula keputusan pembelian kain tenun di Padu Padan Tenun.

5.2 Implikasi Teoritis

Menurut Tjiptono (2017:151) Harga adalah ukuran lain (termasuk barang dan jasa lainnya) yang mempertukarkan untuk memperoleh hak kepemilikan dan penggunaan suatu barang atau jasa. Sedangkan Kotler dan Keller (2016:509) menyatakan harga adalah nilai yang mempertukarkan konsumen yang digunakan suatu produk atau jasa nilainya ditentukan oleh pembeli dan penjual melalui tawar-menawar, atau ditetapkan oleh penjual dengan harga yang sama kepada semua pembeli. Sehingga berdasarkan definisi diatas, penulis menyimpulkan bahwa harga adalah, sejumlah uang yang yang ditentukan perusahaan atau pemilik

usaha sebagaimana menjadi salah satu nilai barang atau jasa dimana dapat menghasilkan keuntungan dan kerugian dalam target perusahaan.

Biswas dan Das dalam Kresenardi (2017) *Celebrity Endorser* (Selebgram Pendukung) merupakan atribut yang ditampilkan pada produk atau jasa serta mutu produk tersebut, yang dapat meningkatkan penerimaan dari konsumen, karena kepercayaan dan keyakinan konsumen terhadap *celebrity endorser* (Selebgram Pendukung) dianggap dapat memberikan tanggapan yang baik dimana konsumen pada merek tersebut. Sedangkan Vandyanata, (2019) mendefinisikan *Celebrity Endorser* (Selebgram Pendukung) ialah salah satu bentuk strategi dari periklanan yang diketahui sejak lama pada fitur pemasaran yang moderen. Sebuah industri kerap memakai endors untuk mempromosikan produk atau jasa yang dapat menghasilkan ketertarikan pada konsumen terhadap produk atau jasa tersebut. Dari definisi diatas, maka penulis menyimpulkan bahwa *Celebrity Endorser* (Selebgram Pendukung) adalah salah satu cara atau starategi dalam pemasaran yang dimana dapat digunakan sebagai promosi produk maupun jasa yang dapat digunakan oleh perusahaan sehingga dapat menarik banyak orang dalam pembelian suatu produk.

Kotler dan Keller (2016:194) menyatakan keputusan pembelian konsumen merupakan bagian dari perilaku konsumen yaitu studi tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan, dan bagaimana barang, jasa, ide atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka. Sedangkan menurut Buchari Alma (2016:96) mengemukakan bahwa keputusan pembelian adalah suatu keputusan konsumen

yang dipengaruhi oleh ekonomi keuangan, teknologi, politik, budaya, produk, harga, lokasi, promosi, physical evidence, people, process. Sehingga membentuk sikap pada konsumen untuk mengolah segala informasi dan mengambil kesimpulan berupa respons yang muncul produk apa yang akan dibeli. Untuk itulah penulis menyimpulkan bahwa keputusan pembelian adalah, sebuah tindakan, pemikiran, dan penilaian yang dimiliki seseorang konsumen atau pelanggan tersebut akan melakukan keputusan pembelian terhadap suatu produk atau menetapkan pilihannya terhadap apa yang akan dibeli.

5.3 Implikasi Terapan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dibahas pada bagian-bagian sebelumnya, maka dapat disimpulkan dalam penelitian ini adalah:

1. Bagi Pihak Padu Padan Tenun

Tetap kembangkan dan meningkatkan inovasi yang berkelanjutan agar tenun ikat tradisional NTT lebih dilihat dimata publik tanpa menghilangkan motif keasliannya dengan cara berkolaborasi dengan kaum muda daerah dan pihak-pihak terkait. Dengan begitu kain tenun tradisional akan go publik.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya, disarankan agar meneliti lebih jauh tentang variable Harga pada indikator harga kain tenun di padu padan tenun terjangkau, karena memiliki indeks kategori sedang.