

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Setelah melakukan analisis berdasarkan hipotesis yang diuji, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan untuk menjawab identifikasi masalah, yaitu responden maha siswa & siswi Universitas Kristen Maranatha tahun 2013 secara umum Faktor Psikologis Mempengaruhi Keputusan Pembelian baig responden, hal ini dapat dilihat dari :

1. Deskripsi sub variable motivasi pada tingkat 71,08% (Tinggi)
2. Deskripsi sub variable persepsi pada tingkat 81,46% (Tinggi)
3. Deskripsi sub variable pembelajaran pada tingkat 77,38% (Tinggi)
4. Deskripsi sub variable keyakinan & sikap pada tingkat 78,54% (Tinggi)
5. Deskripsi hasil survey keputusan pembelian pada tingkat 71,58% (Tinggi)

Responden usia 20 sampai 25 tahun Pria lebih mengetahui tentang Smartphone daripada wanita, terbukti pada pernyataan awal screening, pria yang mengenal Smartphone dan telah menggunakannya sebanyak 52 orang dan wanita 48 orang.

Faktor Psikologi mempengaruhi Keputusan Pembelian juga terbukti dalam Hasil Uji Persamaan Regresi Sederhana dengan hasil Unstandardized Coefficients B untuk Psikologis nilai sig (0,000) \leq 0,05 (Ho ditolak) sehingga dapat diambil kesimpulan Terdapat Pengaruh Faktor Psikologis terhadap Keputusan Pembelian.

Dari hasil penelitian juga dapat diketahui Faktor Psikologis mempengaruhi Keputusan Pembelian sebesar 23,5% dan sisanya 76,5% dipengaruhi oleh faktor lain, terbukti pada hasil perhitungan Uji Pengaruh (Model Summary).

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan evaluasi, maka saran yang dapat diberikan oleh penulis adalah sebagai berikut :

1. Disarankan bagi produsen dan penjual *Smartphone* supaya terus mengembangkan produk sesuai perkembangan jaman, dimana kegunaan Hand Phone lebih bersifat multifungsi, mudah digunakan, mudah di bawa dan di pakai, dibuat sedemikian sederhana, namun memberi banyak manfaat dan menarik sehingga memberikan motivasi dan persepsi yang baik dibenak konsumen, disertai pemberian informasi yang cepat dan tepat guna karena informasi dapat memberikan pembelajaran dan keyakinan bagi konsumen dalam memutuskan untuk membeli suatu produk.
2. Penelitian mendatang hendaknya untuk topik Keputusan Pembelian perlu mempertimbangkan variabel lain selain Psikologis, karena Keputusan Pembelian tidak hanya dipengaruhi oleh Faktor Psikologis, melainkan ada Faktor Sosial, Budaya, dan Pribadi.