

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1. KESIMPULAN**

Peneliti dapat menarik adanya kesimpulan sebagai berikut:

- Perilaku konsumen memiliki pengaruh yang besar dan signifikan dengan Keputusan Pembelian Produk pada para responden pengguna jasa GO-JEK di kota Bandung.
- Variabel Budaya memiliki pengaruh yang besar dan signifikan dengan Keputusan Pembelian Produk pada para responden pengguna jasa GO-JEK di kota Bandung.
- Variabel Sosial memiliki pengaruh yang besar dan signifikan dengan Keputusan Pembelian Produk pada para responden pengguna jasa GO-JEK di kota Bandung.
- Variabel Pribadi memiliki pengaruh yang besar dan signifikan dengan Keputusan Pembelian Produk pada para responden pengguna jasa GO-JEK di kota Bandung.
- Variabel Psikologis memiliki pengaruh yang besar dan signifikan dengan Keputusan Pembelian Produk pada para responden pengguna jasa GO-JEK di kota Bandung.

## 5.2. SARAN

### 5.2.1. Saran teoretis

1. Peneliti menyarankan kepada peneliti selanjutnya untuk dapat melakukan penelitian lebih lanjut dengan menggunakan variabel-variabel lain, untuk dapat melihat adanya pengaruh yang dapat digunakan.
2. Peneliti menyarankan kepada penyedia jasa GO-JEK untuk dapat menonjolkan jasa GO-JEK dari segi psikologis-nya, yang merupakan sub variabel dengan pengaruh terbesar. Dengan demikian, para pengguna dapat mencocokkan berbagai perilaku dan kesibukan mereka dengan layanan yang diberikan oleh GO-JEK

