



BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Sebagai akhir dari penulisan dalam bab ini disampaikan beberapa Kesimpulan dan saran yang relevan bagi peneliti yang akan datang sesuai dengan hasil penelitian analisis data yang dilakukan.

Berdasarkan hasil penelirian terhadap 90 responden konsumen Cafe Camp Suhat di Tembilahan, serta analisis data menggunakan regresi linier sederhana dengan bantuan Software SPSS versi 25, diperoleh 63 kesimpulan sebagai berikut :

1) Perilaku Konsumen berpengaruh Signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Hasil uji regresi linier sederhana menunjukkan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$, yang berarti hipotesis diterima, dan perilaku konsumen berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan pembelian di Cafe Camp Suhat.

2) Koefisien Determinasi (R^2) sebesar 0,439
Nilai ini menunjukkan bahwa 43,9 % variasi Keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh faktor-faktor perilaku konsumen yang terdiri dari faktor budaya, sosial, pribadi dan psikologis. Sementara itu, sisanya 56,1 % dijelaskan oleh faktor lain diluar model penelitian ini

3) Uji t (Parsial) terhadap Perilaku Konsumen

Hasil uji t menunjukkan bahwa nilai t-hitung sebesar $8,803 > t\text{-tabel}$ sebesar 1,987 dengan nilai signifikansi 0,000, menandakan bahwa perilaku konsumen secara parsial memiliki pengaruh signifikan terhadap Keputusan pembelian.



- 4) Berdasarkan hasil kuesioner, rata-rata tanggapan responden terhadap variabel budaya menunjukkan bahwa sebagian besar responden netral atau tidak terlalu dipengaruhi oleh aspek budaya dalam melakukan pembelian di Cafe Camp Suhat. Ini berarti faktor budaya memiliki pengaruh, tetapi bukan yang paling dominan terhadap Keputusan pembelian.
- 5) Responden banyak menyatakan setuju bahwa pengaruh teman, keluarga, dan kelompok sosial berperan penting dalam Keputusan mereka untuk membeli di Cafe Camp Suhat, artinya faktor sosial memberikan pengaruh signifikan terhadap Keputusan pembelian.
- 6) Faktor seperti umur, pekerjaan, dan gaya hidup sangat relevan, terutama karena mayoritas responden adalah pelajar/mahasiswa berusia 17-25 tahun. Data ini menunjukkan bahwa faktor pribadi memiliki pengaruh kuat, karena konsumen dari kelompok ini cenderung mencari tempat yang nyaman, terjangkau
- 7) Faktor psikologis menjadi salah satu faktor yang paling signifikan, karena banyak konsumen merasa termotivasi oleh kenyamanan suasana, suasana sosial, dan pengalaman yang ditawarkan oleh Cafe Camp Suhat.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian tentang Analisis perilaku konsumen terhadap Keputusan pembelian di Cafe Camp Suhat, terdapat beberapa indikator yang memiliki nilai rata-rata terendah. Oleh karena itu, penulis memberikan beberapa saran perbaikan yang dapat dilakukan untuk meningkatkan Keputusan pembelian konsumen yaitu sebagai berikut:



- 1) Faktor budaya, indikator yang paling rendah adalah Keputusan pembelian karena ingin menunjukkan kelas sosial. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen kurang merasa kunjungan mereka ke Cafe Camp Suhat berhubungan dengan status sosial. Untuk itu disarankan agar Cafe Camp Suhat membuat area VIP dengan fasilitas wifi gratis yang dapat meningkatkan kesan eksklusif di mata pelanggan.
- 2) Pada faktor sosial, pengaruh kelompok sosial terhadap Keputusan pembelian masih belum maksimal. Oleh sebab itu, cafe sebaiknya meningkatkan keterlibatan sosial pelanggan, misalnya kompetisi kreatif dan promosi khusus untuk pembelian Bersama teman atau keluarga
- 3) Pada faktor pribadi, kondisi ekonomi dan kepribadian konsumen perlu diperhatikan. Untuk menjangkau semua kalangan, Cafe Camp Suhat disarankan menyediakan variasi menu dengan pilihan harga yang ekonomis serta memberikan promosi yang bersifat personal, seperti quiz rekomendasi menu sesuai kepribadian pelanggan di media sosial.
- 4) Pada faktor psikologis, persepsi dan kepercayaan konsumen di Cafe Camp Suhat perlu mempertegas produknya, meningkatkan pelayanan, serta memanfaatkan testimoni pelanggan yang puas untuk memperkuat citra positif. Dengan demikian, konsumen akan merasalebih percaya dan loyal terhadap cafe
- 5) Pada variabel Keputusan pembelian, indikator biaya produk menjadi perhatian utama. Untuk mengatasi hal ini, cafe perlu menonjolkan nilai lebih dari produk dan suasana yang ditawarkan dibandingkan dengan harga yang dibayarkan.

Selain itu, pemberian promosi menarik seperti voucher diskon atau program loyalitas akan meningkatkan minat konsumen untuk terus membeli.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Universitas Islam Indragiri

1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.
 2. Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
 3. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia.
- Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.
3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.

