

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pengolahan data yang diperoleh, maka penulis menarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Ada pengaruh signifikan keluarga terhadap keputusan pembelian kain tapis. Hal ini mengindikasikan bahwa keputusan pembelian kain tapis di Bandar Lampung didasarkan pada variabel keluarga.
2. Ada pengaruh signifikan kelompok referensi terhadap keputusan pembelian kain tapis. Hal ini mengindikasikan bahwa keputusan pembelian kain tapis di Bandar Lampung didasarkan pada variabel kelompok referensi.
3. Peran dan status tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian kain tapis. Hal ini mengindikasikan bahwa keputusan pembelian kain tapis di Bandar Lampung bukan didasarkan pada variabel peran dan status.
4. Hasil uji hipotesis secara simultan (uji F) dari ketiga variabel bebas dengan F sebesar 5,228 yang berada di daerah tolak H_0 . Hal ini berarti bahwa ada pengaruh yang signifikan antara faktor keluarga, kelompok referensi serta

peran dan status terhadap keputusan pembelian kain tapis. Nilai Koefisien determinasi dari keempat variabel bebas diperoleh hasil sebesar 30,3%. Hal ini berarti bahwa kemampuan faktor keluarga, kelompok referensi serta peran dan status dalam menjelaskan perilaku konsumen sebesar 30,3%, sisanya sebesar 69,7% dapat dijelaskan oleh variabel lain, yang tidak masuk dalam model.

5. Adanya perubahan kebudayaan dalam masyarakat yang menyebabkan terjadinya pergeseran fungsi, motif dan makna simbolis dari kain tapis yang terjadi seiring perkembangan zaman.

5.2 Saran

Dari hasil dari penelitian ini, maka saran-saran yang dapat penulis berikan adalah sebagai berikut:

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor keluarga, kelompok referensi, peran dan status mempengaruhi perilaku konsumen, hendaknya para produsen tapis memperhatikan faktor tersebut supaya dalam penjualan produk tapis bisa sesuai dengan target yang diinginkan. Dari segi faktor keluarga, agar perusahaan menjaga citra atau pandangan yang baik terhadap perusahaan dengan memberikan pelayanan yang baik terhadap konsumen dan menjaga mutu produk dengan kualitas yang baik pula. Dari segi faktor kelompok referensi, jika ada konsumen yang telah membeli kain tapis bisa meminta konsumen untuk menyarankan kepada teman atau anggota kelompok jika ada yang ingin membeli kain tapis. Dari segi faktor

peran dan status, dalam membuat tapis hendaknya disesuaikan dengan kemampuan beli konsumen dengan kata lain harga tapis terjangkau oleh konsumen.

2. Selain faktor tersebut produsen juga sebaiknya memperhatikan sistem pemasaran, harga dan kualitas dalam memproduksi kain tapis agar lebih mempengaruhi perilaku konsumen dalam membeli sehingga dapat meningkatkan penjualan.
3. Untuk penelitian yang akan datang untuk menggunakan variabel bebas yang lebih banyak seperti konsep Kotler dan Armstrong (2008) yaitu faktor kebudayaan, personal, psikologi dan stimuli lainnya.
4. Dengan adanya perubahan kebudayaan dalam masyarakat, diharapkan kepada lembaga pemerintah daerah untuk memberikan kemudahan dalam bidang produksi, permodalan, distribusi dan pemasaran terutama bagi perajin yang masih tradisional dan lemah dalam manajemen dan pemasaran. Dan juga memberikan pembinaan dan pelatihan untuk memancing kreatifitas dan inovasi para perajin.