

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan rumusan masalah, tujuan penelitian, hipotesis yang diajukan, serta hasil pengolahan data dapat disimpulkan bahwa:

1. Berdasarkan hasil analisis menunjukkan bahwa kelompok referensi member *Sophie Paris Sub Bussines Center Titien Ngadiluwih* pada produk tas tergolong termasuk kategori baik. Hasil ini mengacu pada tabel 5.4 sebanyak 83 responden dengan frekuensi kumulatif responden 100%.
2. Berdasarkan hasil analisis menunjukkan bahwa keputusan pembelian produk tas pada member *Sophie Paris Sub Bussines Center Titien Ngadiluwih* tergolong dalam kategori tinggi. Hasil ini mengacu pada tabel 5.10 sebanyak 64 responden dengan frekuensi kumulatif responden 100%.
3. Berdasarkan hasil pengujian pada tabel 4.12 bahwa hubungan kelompok referensi terhadap keputusan pembelian menunjukkan bahwa uji korelasi *pearson product moment* sebesar 0,746 berada di skor 0,60-0,799. Sehingga, dapat disimpulkan bahwa tingkat hubungan variabel kelompok referensi (X) dengan variabel keputusan pembelian (Y) adalah kuat. Berdasarkan tabel 4.16 di atas menunjukkan bahwa *R Square* yaitu sebesar 0,557 sama dengan 55,7%. Angka tersebut mengandung arti bahwa kelompok referensi berpengaruh terhadap keputusan pembelian sebesar 55,7%. Sedangkan sisanya ($100\% - 55,7\% = 44,3\%$) dipengaruhi oleh variabel lain di luar model regresi ini yang tidak diteliti dalam penelitian ini, dipengaruhi oleh

faktor lain, seperti faktor kebudayaan (budaya, subbudaya, kelas sosial), faktor sosial (keluarga, prean dan status), faktor pribadi (usia dan tahap siklus, pekerjaan, kondisi ekonomi, gaya hidup, kepribadian dan konsep) dan faktor psikologis (motivasi, persepsi, pembelajaran, kepercayaan dan sikap).

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka peneliti ingin menyampaikan beberapa saran yang sekiranya dapat dijadikan masukan, yakni sebagai berikut:

1. Bagi perusahaan. Berdasarkan penelitian dapat diketahui bahwa kelompok referensi memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian. kelompok referensi adalah kelompok yang sangat dekat dengan konsumen, hal ini juga bisa menjadi bahan pertimbangan bagi perusahaan untuk menentukan strategi pemasaran agar dapat meningkatkan jumlah member.
2. Bagi responden member *Sophie Paris Sub Bussines Center Titien Ngadiluwih*, tas merupakan fashion item yang sangat digemari oleh wanita. Namun, sebelum membeli tas harus mencari informasi mengenai bahan, desain, kualitas produk, warna dan harga agar tidak salah membeli.
3. Bagi Penelitian Selanjutnya

Berdasarkan hasil penelitian, diharapkan peneliti selanjutnya yang memiliki pembahasan yang hampir sama, mampu memberikan atau menampilkan perfoma yang lebih baik dari penelitian ini. Penelitian selanjutnya sebaiknya dilakukan dengan memperluas responden tidak

hanya pada member Sophie Paris *Sub Bussines Center* Titien Ngadiluwih saja, tetapi dapat memperluas sampel pada wilayah yang lain sehingga daya generalisasi hasil penelitian dapat diperbesar. Penelitian selanjutnya, sebaiknya mengembangkan variabel-variabel yang diteliti, sebab tidak menutup kemungkinan bahwa dengan penelitian yang mencakup lebih banyak variabel akan menghasilkan kesimpulan yang lebih baik.