

## **BAB VI**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

1. Dengan mengacu pada rumusan masalah dalam penelitian ini dan penyajian data yang terkumpul maka peneliti menyusun beberapa kesimpulan sebagai berikut. Berdasarkan hasil analisis menunjukkan bahwa variabel keluarga (X) pada Mahasiswi Perbankan Syariah IAIN Kediri 2018 dalam kategori cukup, hal ini di buktikan dengan 75,05 berada diantara skor 70,416 dan 79,6845.
2. Berdasarkan hasil analisis menunjukkan bahwa variabel keputusan pembelian (Y) pada mahasiswi Perbankan Syariah IAIN Kediri 2018 dalam kategori cukup, hal ini di buktikan dengan 74,00 berada diantara skor 70,417 dan 77,583.
3. Berdasarkan hasil analisis korelasi menunjukkan  $0,717 > 0,000$  sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel keluarga terhadap keputusan pembelian. Korelasi dalam tingkat hubungan kuat karena terletak pada interval koefisien antara 0,60-0,799. Jadi terdapat pengaruh dalam kategori yang tinggi. Uji hipotesis diperoleh hasil  $t_{hitung} 9,587$  dan nilai sig. 0,000 sebesar  $0,000 < 0,05$ . Sehingga ada pengaruh antara keluarga terhadap keputusan pembelian bedak tabur Marcks pada Mahasiswi perbankan Syariah IAIN Kediri 2018. Hasil analisis menggunakan rumus regresi linier sederhana diperoleh hasil bahwa besarnya pengaruh keluarga 0,554 atau sebesar 55,4% terhadap keputusan pembelian. Hal ini menunjukkan

bahwa keluarga berpengaruh terhadap keputusan pembelian bedak tabur Marck pada mahasiswi perbankan Syariah IAIN Kediri angkatan 2018. Sisanya 44,6% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dijelaskan oleh peneliti. Adapun faktor lain yang mempengaruhi keputusan pembelian menurut menurut Kloter dan Amstrong dipengaruhi oleh empat faktor yaitu faktor budaya, faktor sosial, Pribadi, dan Psikologis. Faktor pribadi meliputi usia dan siklus hidup, pekerjaan dan kondisi ekonomi, gaya hidup, kepribadian dan konsep diri, faktor psikologis meliputi motivasi, persepsi, mempelajari, keyakinan dalam diri.<sup>1</sup>

## **B. Saran**

### **1. Promosi**

Untuk perusahaan seharusnya meningkatkan promosi dengan memasang iklan di majalah atau penyampaian produk yang menarik di TV maupun radio agar merek bedak Marcks lebih mudah dikenal dan diingat oleh masyarakat luas.

### **2. Harga**

Sebaiknya perusahaan dari PT kimia Farma meskipun peningkatan penjualan terus melonjak sebaiknya harga tetap distabilkan agar tetap dijangkau oleh konsumen. Jadi keputusan masyarakat yang menggunakan bedak Tabur Marcks juga akan tetap naik.

---

<sup>1</sup> Kotler dan Amstrong, *Dasar-dasar Pemasaran*, Edisi ke9, Jilid 1 (Jakarta PT, Indeks Kelompok, Gramedia, 2003), 227.

### 3. Kualitas produk

Untuk menjaga loyalitas dari para konsumen seharusnya dari perusahaan tetap menjaga dan memberikan pelayanan serta kualitas. Seperti membuat inovasi baru.