

BAB VI

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian juga analisis yang telah dilakukan terkait pengaruh kelompok referensi terhadap keputusan pembelian, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil penelitian yang disebarkan kepada 96 responden melalui angket didapatkan data variabel kelompok referensi memperoleh rata-rata (mean) sebesar 39,333 dan nilai standart deviasi sebesar 3,98, dengan skor tertinggi 45,00 dan terendah 27,00, dan menunjukkan bahwa variabel kelompok referensi termasuk dalam kategori sedang karena memiliki nilai mean yang terletak diantara skor $37,34 \leq X < 41,32$. Hal tersebut menunjukkan bahwa variabel kelompok referensi memiliki peran dalam keputusan pembelian konsumen di Warung Bakso Bang Jeck cabang 1.
2. Berdasarkan hasil penelitian yang disebarkan kepada 96 responden melalui angket didapatkan data variabel keputusan pembelian memperoleh rata-rata (mean) sebesar 39,64 dan nilai standart deviasi sebesar 3,55 dengan skor tertinggi 45,00 dan terendah 31,00, dan menunjukkan bahwa variabel keputusan pembelian termasuk dalam kategori sedang karena berada diantara skor $37,865 \leq X < 41,415$.
3. Berdasarkan hasil uji regresi linier sederhana menunjukkan hasil adanya pengaruh positif antara kelompok referensi dan keputusan pembelian hal ini dibuktikan dengan adanya persamaan $Y = 22,477 + 0,437X$ yang berarti bahwa setiap peningkatan 1% dalam kelompok referensi akan

meningkatkan keputusan pembelian sebesar 0,437. Hasil uji t menunjukkan bahwa nilai Sig. 0,000 yang berarti lebih kecil daripada 0,05. Hal ini menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan antara kelompok referensi dan keputusan pembelian di Warung Bakso Bang Jeck cabang 1. Dengan demikian H_0 ditolak dan H_a diterima. Selain itu nilai R square dalam uji koefisien determinan menunjukkan angka 0,239 yang berarti bahwa variabel kelompok referensi berpengaruh sebesar 23,9% dalam keputusan pembelian, dan sisanya 76,1% dipengaruhi oleh faktor lain diluar penelitian ini.

B. SARAN

1. Saran bagi pihak Warung Bakso Bang Jeck

Berdasarkan temuan penelitian yang mengindikasikan adanya dampak signifikan dari kelompok referensi terhadap proses pengambilan keputusan pembelian, maka pihak Warung Bakso Bang Jeck disarankan untuk lebih memaksimalkan potensi promosi dari pelanggan lama kepada calon pelanggan baru. Strategi seperti memberikan insentif kepada pelanggan yang merekomendasikan warung ini kepada teman, keluarga atau rekan kerjanya. Selain itu penting juga bagi manajemen nya untuk aktif mengumpulkan testimoni dari pelanggan dan membagikannya melalui platform digital seperti media sosial agar efek informasional dari kelompok referensi semakin meluas. Warung juga bisa menciptakan suasana yang nyaman dan menarik agar konsumen terdorong untuk membagikan pengalamannya secara sukarela, baik secara sukarela ataupun mengunggah di media sosialnya. Penyajian makanna yang menarik dan pelayanann yang

ramah juga menjadi nilai tambah bagi Warung Bakso Bang Jeck sehingga membuat konsumen merasa bangga ketika merekomendasikannya kepada orang lain.

2. Saran bagi peneliti selanjutnya

Penelitian ini masih memiliki peluang besar untuk dikembangkan lebih lanjut oleh peneliti berikutnya. Salah satu arah pengembangan yang dapat dilakukan yaitu dengan mempertimbangkan variabel lain yang mungkin turut mempengaruhi keputusan konsumen dalam melakukan pembelian. Disamping itu, disarankan pula untuk menggunakan pendekatan kualitatif agar dapat menggali informasi secara lebih mendalam dan memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif terkait perilaku konsumen. Melalui wawancara mendalam atau bisa dengan observasi langsung, sehingga peneliti bisa mengetahui alasan psikologis atau sosial yang tidak terungkap dari kuisioner atau angket.