

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan pada penelitian yang dilakukan terhadap Santri Pondok Pesantren Al-Ishlah Bandar Kidul Kota Kediri sebagai responden, maka dapat ditarik kesimpulan yang sesuai dengan rumusan masalah dan tujuan penelitian serta hasil penyajian data yang terkumpul. Maka peneliti menyusun beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan analisis data, diperoleh hasil 138 (90,8%) responden menyatakan bahwa Kelompok Referensi Ponsel Xiaomi pada Santri Pondok Pesantren Al-Ishlah Bandar Kidul Kota Kediri termasuk dalam kategori berpengaruh.
2. Untuk analisis data variabel Keluarga, diperoleh hasil 139 (91,4%) responden menyatakan bahwa Keluarga Ponsel Xiaomi pada Santri Pondok Pesantren Al-Ishlah Bandar Kidul Kota Kediri termasuk dalam kategori menginspirasi.
3. Untuk analisis data variabel keputusan pembelian, diperoleh hasil 144 (94,7%) responden menyatakan bahwa Keputusan Pembelian Ponsel Xiaomi pada Santri Pondok Pesantren Al-Ishlah Bandar Kidul Kota Kediri termasuk dalam kategori baik.
4. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kelompok referensi berpengaruh terhadap keputusan pembelian Ponsel Xiaomi pada Santri

Pondok Pesantren Al-Ishlah Bandar Kidul Kota Kediri. Hal ini dibuktikan dengan hasil nilai uji korelasi *pearson* sebesar 0,511 dan nilai signifikan 0,000. Kesimpulannya bahwa pengaruh kelompok referensi terhadap keputusan pembelian Ponsel Xiaomi pada Santri Pondok Pesantren Al-Ishlah Bandar Kidul Kota Kediri adalah sedang/cukup kuat.

5. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel keluarga berpengaruh terhadap keputusan pembelian Ponsel Xiaomi pada Santri Pondok Pesantren Al-Ishlah Bandar Kidul Kota Kediri. Hal ini dibuktikan dengan hasil nilai uji korelasi *pearson* sebesar 0,671 dan nilai signifikan 0,000. Kesimpulannya bahwa pengaruh keluarga terhadap keputusan pembelian Ponsel Xiaomi pada Santri Pondok Pesantren Al-Ishlah Bandar Kidul Kota Kediri adalah kuat.
6. Pada analisis korelasi *product moment* dan regresi diperoleh R sebesar 0,694 dan berada pada interval 0,50-0,699. Hal itu menunjukkan bahwa antara variabel kelompok referensi (X_1) dan keluarga (X_2) dengan variabel keputusan pembelian (Y) memiliki derajat hubungan yang kuat. Berdasarkan hasil uji regresi diperoleh persamaan regresi $Y = 7,010 + 0,332 X_1 + 0,521 X_2$ dan nilai sig sebesar $0,000 < 0,05$. Berdasarkan nilai tersebut, dapat diketahui bahwa terdapat hubungan antara kelompok referensi dan keluarga terhadap keputusan pembelian Ponsel Xiaomi pada Santri Pondok Pesantren Al-Ishlah Bandar Kidul Kota Kediri secara signifikan dan searah. Hasil analisis koefisien determinasi atau *R square* diperoleh sebesar 0,482 atau sebesar 48,2%, artinya variabel keputusan

pembelian dipengaruhi oleh kelompok referensi dan keluarga. Sedangkan sisanya 51,8% dipengaruhi oleh faktor lain yaitu faktor budaya, sub-budaya, kelas sosial, peran dan status, usia dan tahap daur hidup, pekerjaan, kondisi ekonomi, gaya hidup, kepribadian dan konsep diri, motivasi, persepsi, pembelajaran, sikap dan kepercayaan.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka peneliti ingin menyampaikan saran untuk penelitian selanjutnya, yaitu bagi peneliti selanjutnya dapat mengembangkan penelitian ini dengan meneliti faktor lain yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian, karena kontribusi kelompok referensi dan keluarga terhadap keputusan pembelian sebesar 48,2%. Hal ini berarti masih terdapat variabel lain yang mungkin akan mempengaruhi keputusan pembelian. Peneliti selanjutnya diharapkan dapat melakukan penelitian dengan mengambil sampel yang lebih banyak, tidak hanya pada Pondok Pesantren Al-Ishlah Bandar Kidul Kota Kediri saja, tetapi dapat memperluas sampel pada wilayah yang lain.