BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan maka peneliti mengambil kesimpulan sebagai berikut

1. Sikap konsumen pada laptop Acer di pondok pesantren putri Al-amien Kediri adalah cukup,kategori cukup sesuai dengan nilai rata-rata (Mean) senilai 29,56 yang berada di antara skor 28,0635 dan 31,0565.
2. Keputusan pembelian pada laptop Acer di pondok pesntren putri Al-Amin Kediri adalah cukup, kategori cukup dilihat berdasarkan nilai rata-rata (Mean) senilai 29,56 yang berada di antara skor 28,0635 dan 31,0565
3. Pengaruh sikap konsumen terhadap keputusan pembelian,dari hasil analisis regresi dalam penelitian ini ada pengaruh yang signifikan antara sikap konsumen terhadap keputusan pembelian karena nilai α(0,05) lebih besar daripada signifikasi sikap konsumen. Jadi sebanyak 25,2 % sikap konsumen berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Sedangkan sisanya sebesar 74,8 % dipengaruhi oleh faktor kebudayaan, sosial, pribadi, maupun faktor lain dari psikologis.

B. SARAN

1. Bagi perusahaan, berdasarkan hasil peneliti diketahui bahwa variabel sikap konsumen produk laptop Acer yang terletak pada kategori cukup (29,56), oleh karena itu perusahaan Acer disarankan untuk membuat

model laptop Acer lebih menarik dari segi tampilan dengan didukung warna-warna yang sesuai selera pengguna, sehingga akan tercipta laptop Acer yang lebih variatif dan dapat menarik perhatian konsumen.

2. Bagi peneliti selanjutnya dapat dilakukan dengan merek lain sehingga yang teridentifikasi lebih banyak lagi.
3. Bagi peneliti selanjutnya dapat mengembangkan penelitian ini dengan menggunakan metode lain dalam meneliti denganfaktorkebudayaan, sosial, pribadi, maupun faktor lain dari psikologis.