

BAB VI

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Berdasarkan pada penelitian yang dilakukan terhadap konsumen parfum *refill* pada Brisa Parfum Tanjunganom-Nganjuk dapat ditarik kesimpulan yang sesuai dengan rumusan masalah dan tujuan penelitian dan hasil penyajian data yang terkumpul, maka peneliti menyusun beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil analisis data, diperoleh hasil 51 (48,1%) responden menyatakan bahwa variabel kondisi ekonomi konsumen pada Brisa Parfum Tanjunganom Nganjuk termasuk dalam kategori sangat tinggi.
2. Untuk analisis data variabel keputusan pembelian, diperoleh hasil 53 (50%) responden menyatakan bahwa keputusan pembelian pada Brisa Parfum Tanjunganom Nganjuk termasuk kategori sangat baik.
3. Pada analisis *korelasi product moment* dan regresi diperoleh r sebesar 0,758 dan berada pada interval 0,61-0,80 maka kesimpulannya yaitu hubungan antara variabel kondisi ekonomi (X) dengan variabel keputusan pembelian (Y) menunjukkan derajat hubungan yang kuat. Berdasarkan hasil uji regresi diperoleh persamaan regresi $Y = 12,465 + 1,188 X$ dan nilai sig sebesar $0,000 < 0,05$. Sehingga ada pengaruh kondisi ekonomi terhadap keputusan pembelian parfum *refill* Luzi Tiruan D&G Sisi pada Brisa Parfum Tanjunganom secara signifikan dan searah. Hasil analisis

koefisien determinasi atau *R square* diperoleh sebesar 0,574 atau sebesar 57,4%. Artinya keputusan pembelian pada Brisa Parfum Tanjunganom Nganjuk dipengaruhi oleh faktor kondisi ekonomi sebesar 57,4% sedangkan sisanya 42,6% disebabkan oleh faktor lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

B. SARAN

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

1. Bagi Peneliti Selanjutnya

Berdasarkan penelitian yang dilakukan diperoleh *R square* sebesar 57,4% sedangkan sisanya 42,6% disebabkan oleh faktor lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini. Maka untuk peneliti selanjutnya dapat meneliti faktor lain sebagai faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian.

2. Bagi Toko

Setelah dilakukan penelitian, dapat diketahui bahwa kondisi ekonomi memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian. Variabel pengaruh kondisi ekonomi konsumen masuk dalam kategori sangat tinggi. Maka disarankan bagi toko untuk lebih bijaksana dalam memberi harga, karena mayoritas orang yang membeli adalah mereka yang berpendapatan rendah, sehingga konsumen juga akan tetap loyal dalam melakukan pembelian.

3. Bagi Masyarakat

Sebelum melakukan pembelian, konsumen hendaknya mempertimbangkan produk yang akan dibeli yang meliputi tujuan pembelian dan juga manfaat dari produk. Agar para konsumen tidak menjadi konsumtif dan menjadi pembeli yang cerdas dan mengkonsumsi itu haruslah seimbang atau sesuai dengan kebutuhan. Jangan hanya mengikuti promosi harga murah atau yang lainnya, akan tetapi juga harus mempertimbangkan manfaat yang diperoleh dari penggunaan produk tersebut.

