

## BAB VI

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Kesimpulan penelitian ini adalah:

1. Berdasarkan hasil kategorisasi pada tabel dapat diketahui bahwa kelompok referensi pada siswi lembaga kursus dan pelatihan Casandra Kediri termasuk dalam kategori cukup. Hasil ini dibuktikan dengan rata-rata (Mean) senilai 54,98 yang berada di antara skor  $51,3815 \leq X < 58,578$  yaitu 30 Siswa.
2. Berdasarkan hasil kategorisasi pada tabel dapat diketahui bahwa keputusan pembelian pada pensil alis Viva siswi lembaga kursus dan pelatihan Casandra Kediri termasuk dalam kategori cukup. Hasil ini dibuktikan dengan rata-rata (Mean) senilai 60,75 yang berada di antara skor  $57,338 \leq X < 64,1615$  yaitu 26 Siswa.
3. Dari penelitian di atas dilihat hubungan kelompok referensi dengan keputusan pembelian adalah sebesar 0,535. Hasil tersebut membuktikan bahwa hubungan kelompok referensi terhadap keputusan pembelian adalah cukup kuat. Hal ini dikarenakan nilai 0,535 berada di interval koefisien antara 0,40 - 0,599. Dari output di atas, diperoleh nilai *Sig. (two-tailed)* sebesar  $0,000 < 0,05$  dan nilai *pearson correlation* sebesar 0,535 (nilai positif), sehingga  $H_a$  diterima, yang artinya terdapat hubungan yang positif antara kelompok referensi (X) dengan keputusan pembelian (Y). Berdasarkan hasil analisis regresi diperoleh nilai t hitung adalah sebesar 4,951. Nilai t tersebut akan dibandingkan dengan nilai t tabel ( $n= 63, df=1$ ) yaitu 1.669 dan nilai signifikasi (*Sig.*)  $0,000 < 0,05$ . Dapat

dibuktikan bahwa  $t_{hitung} > t_{tabel}$  atau taraf signifikan  $\leq 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, yang berarti ada pengaruh yang nyata (signifikan) variabel kelompok referensi (X) terhadap variabel keputusan pembelian (Y). Besarnya angka koefisien determinasi ( $r^2$ ) menunjukkan nilai 0,661, hal tersebut menyatakan bahwa kelompok referensi menyumbang pengaruh sebesar 66,1% terhadap keputusan pembelian, sedangkan 33,9% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak menjadi bahasan dalam penelitian ini.

## **B. Saran**

Saran yang diberikan sebagai berikut:

1. Bagi konsumen yang tertarik dengan membeli produk Pensil Alis Viva sebaiknya lebih bisa memilih produk mana yang terpercaya dan dijamin keamannya agar dapat mengurangi resiko dalam pemakaiannya.
2. Peneliti selanjutnya diharapkan dapat lebih mengembangkan penelitian ini dengan meneliti faktor lain yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian. Peneliti selanjutnya juga diharapkan dapat menggunakan metode lain untuk dapat lebih menyempurnakan penelitian ini.