

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan

Dari hasil penelitian dan pembahasan diatas, yang berjudul “ Pengaruh Faktor Budaya, Sosial, Pribadi, dan Psikologi Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Smartfren Pada Mahasiswa UIN Raden Fatah Palembang”. Dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Pada variabel Budaya : Berdasarkan hasil regresi yang menunjukkan nilai $t_{hitung} 3,411 > t_{tabel} 1,66123$ dan nilai signifikan $0,001 < 0,1$. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel budaya berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.
2. Pada variabel Sosial: Berdasarkan hasil regresi yang menunjukkan nilai $t_{hitung} -2.604 > t_{tabel} 1,66123$ dan nilai signifikan $0,011 < 0,1$. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel sosial berpengaruh secara negatif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.
3. Pada variabel Pribadi: Berdasarkan hasil regresi yang menunjukkan nilai $t_{hitung} -3161 > t_{tabel} 1,66123$ dengan tingkat signifikan sebesar $0,002 < 0,1$. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel pribadi berpengaruh negatif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.
4. Pada variabel Psikologi: Berdasarkan hasil regresi yang menunjukkan nilai Uji t $t_{hitung} 3.971 > t_{tabel} 1,66123$ dan nilai signifikan $0,000 < 0,1$. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel Psikologi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan Pembelian.

B. Saran

Adapun saran-saran yang dapat diberikan dari penulis adalah sebagai berikut :

1. Kartu Smartfren yang harganya terjangkau menjadi pertimbangan untuk konsumen membeli kartu ini, maka pihak perusahaan sebaiknya mempertahankannya, agar dapat meningkatkan keputusan pembelian.
2. Pihak perusahaan sebaiknya dapat melihat kebutuhan konsumen agar para konsumen bisa lebih memahami produk yang dijual dipasaran agar dapat memutuskan untuk melakukan pembelian sehingga tujuan atau sasaran dari perusahaan bisa tercapai.
3. Diharapkan hasil penelitian ini dapat dijadikan referensi untuk penelitian selanjutnya dan dapat digunakan oleh semua pihak yang membutuhkan, juga dapat menambah kepustakaan serta informasi tambahan yang berguna untuk pembaca dan dapat menjadi sumbangan pemikiran untuk pihak-pihak yang memiliki permasalahan yang sama dan ingin mengadakan penelitian lebih lanjut mengenai Pengaruh Faktor Budaya, Sosial, Pribadi, dan Psikologi Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Smartfren Pada Mahasiswa UIN Raden Fatah Palembang.

DAFTAR APUSTAKA

- Abdillah, Willy. 2015. *Partial Least Squarre (PLS)*, (Yogyakarta: ANDI).
- Abdullah, Thamrin dan Francis Tantri, 2014. *Manajemen Pemasaran*,(jakarta, PT Rajagrafindo).
- Adnan Afifudin ,dan Bernadin Dwi, *Analisis Faktor-Faktor yang mempengaruhi prilaku konsumen terhadap keputusan pembelian dua karti provider gsm dan cdma pada mahasiswaUPN Veteran Jakarta*. Jp.peb.unsoed.ac.id. (diakses pada tanggal 31november 2018 pukul14.34)
- Amstrong, Kotler. 2001. *Prinsip-prinsip pemasaran*, Edisi kedua belas, jilid 1.
- Arikunto, Suharsimi. 2013. *Prosedur penelitian suatu pendekatan praktek*. Rieneka cipta. Jakarta.
- Charles , Lamb W.et.al. 2001. *Pemasaran*, edisi pertama, salemba empat: jakarta.
- Documentasi data Mahasiswa UIN Raden Fatah Palembang Tahun 2016, di dapat pada tanggal 26 oktober 2018.
- Fredereca, Bunga Geofanny dan Chairy, 2010.”*Pengaruh Psikologi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Kembali Smartphone Blackberry*”.Jurnal Manajemen Teori dan Terapan.Vol 3.No 2.
- Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivarlate dengan Program SPSS*, (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro), Priyatno,duwi SPSS.
- Ilmi, Nizar dan Suwitho, 2016.”*Pengaruh Faktor Psikologis dan Faktor Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Handphone OPPO*”.Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen.Vol 5.No 8.
- Kotler dan Amstrong, 2005. *prinsip-prinsip pemasaran*,jilid 1 dan 2. PT Indeks, Jakarta.
- Kotler dan Amstrong, 2006. *prinsip-prinsip pemasaran*, Edisi XII, jilid 2, Erlangga, Jakarta.
- Kotler dan Keller. 2012. “*Manajemen Pemasaran*”. Edisi 12. Jakarta Erlangga.

- Kotler, Philip. Jakarta. 2005. "*Manajemen Pemasaran*". Edisi Milenium. Jilid 3. Penerbit Indeks.
- Kotler, Philip. 1984. *Manajemen Pemasaran*, analisis, perencanaan dan pengendalian Edisi ke 5 jilid 1,(jakarta, erlangga).
- Kotler, Philip. 2005. *Manajemen Pemasaran*, jilid 1 dan 2, PT.Indeks, JAKARTA. .
- Kuncoro, Mudrajad. 2014. *Metode Riset Untuk Bisnis Dan Ekonomi*. (Jakarta: Erlangga).
- Lamb, Charles. W. et. al, 2001. "*Pemasaran*". Buku 1 Edisi Pertama. Jakarta.
- Mahmud, Machfoedz .2005. "*Perilaku Konsumen*".Jilid 1. Penerbit Akademi Manajemen Perusahaan.Yogyakarta.
- Nurlaeli, Ida. 2017."*Pengaruh Faktor Budaya, Psikologi, Pelayanan, Promosi dan Pengetahuan Tentang Produk Terhadap Keputusan Nasabah Memilih BPRS di Bnyumas*".Jurnal Islamadina.Vol 18.No 2.
- Pandji, Anoraga. 2007. *Pengantar Bisnis*, Pengelolaan Bisnis, Dalam Era Globalisasi. Rieneka Cipta. Jakarta.
- Priansa, Donni Juni. 2017. *Perilaku Konsumen, Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*,Alfabeta, bandung.
- Priyanto, duwi SPSS. Hal 48-56.
- Riani, Ardita Eka M.sc. 2017."*Pengaruh Faktor Budaya, Sosial dan Pribadi Terhadap Keputusan Pembelian Action Camera Gopro (Studi Pada Pengunjung Objek Wisata Waduk Wonorejo Tulung Agung)*".Jurnal Simki-Economic.Vol 1.No 3.
- Robbins , p Stephen dan Mary Coulter, 2010. *Manajemen*,Edisi 10, Erlangga, Jakarta.
- Sangadji, Etta Mamang dan Sopiah, 2013. *Perilaku Konsumen, Pendekatan Praktis*. C.V. ANDI OFFSET: jakarta.
- Sangadji, Etta Mamang N. Si dan Dr. Sopiah,MM. Pd. 2013. *Prilaku Konsumen*, Bab VI.

- Santoso, Daniel Tri Teguh dan Endang Purwanti, 2013.”*Pengaruh Faktor Budaya, Sosial, Pribadi dan Psikologi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Dalam Memilih Produk Operator Seluler Indosat-M3 Di Kecamatan Pringapus KAB.Semarang*”.Jurnal Among Makarti Vol.6,No12.
- Sugiyono,. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta).
- Suharto. 2016. *Pengaruh Budaya Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Variabel Sosial dan Pribadi Sebagai Mediasi Produk air Minum Kemasan (Studi Empiris pada PT. Gloz di Lampung Timur)*.
- Sujarweni V. Wiratna. 2015. *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*, (Yogyakarta : PUSTAKABARUPRESS).
- Suprayitno, Agung. dkk, 2015.” *Pengaruh Faktor Budaya, Sosial, Pribadi dan Psikologi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Restoran Gado-Gado Boplo*”. Jurnal Agribisnis. Vol.9.No 2.
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran*, Edisi ke 3, ANDI: Yogyakarta.
- Urfana, Milantika. dkk, 2013.”*Analisis Pengaruh Faktor Kebudayaan, Sosial, Pribadi, dan Psikologi Terhadap Keputusan Pmbelian Makanan Cepat Saji Pada Konsumen Kentucky Fried Chicken (KFC) Walikota Medan*”.Jurnal Media Informasi Manajemen.Vol 1.No 3.
- Wahyuni, 2016.”*Pengaruh Faktor-Faktor Pribadi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Indihome Pada PT Telkom, Tbk Witel di Kota Samarinda*”.Jurnal Administrasi Bisnis.Vol 4.no 2.
- <http://www.kominfo.go.id>. *Fenomena kecanggihan teknologi komunikasi di indonesia* (di akses pada tanggal 28 oktober 2018 pukul 13:58)
- www.kompas.com. *Perang tarif operator seluler*. (Diakses pada tanggal 28 oktober 2018 pukul 14.13)
- <http://m.smartfren.com.id>. *Super 4G unlimited*. (di akses pada tanggal 28 oktober 2018 pukul 14:38)

