

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1. Simpulan

Berdasarkan analisis hasil penelitian dan pembahasan yang telah dikemukakan, ditarik beberapa simpulan sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil uji t dapat diketahui bahwa Faktor Budaya berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Dengan demikian hipotesis pertama dapat didukung kebenarannya.
2. Berdasarkan hasil uji t dapat diketahui bahwa Faktor Sosial berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Dengan demikian hipotesis kedua dapat didukung kebenarannya.
3. Berdasarkan hasil uji t dapat diketahui bahwa Faktor Pribadi berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Dengan demikian hipotesis ketiga dapat didukung kebenarannya.
4. Berdasarkan hasil uji t dapat diketahui bahwa Faktor Psikologis berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Dengan demikian hipotesis keempat dapat didukung kebenarannya.
5. Berdasarkan hasil uji F dapat diketahui bahwa Faktor Budaya, Faktor Sosial, Faktor Pribadi, Faktor Psikologis berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Dengan demikian hipotesis kelima dapat didukung kebenarannya.

5.2. Keterbatasan Penelitian

Dalam sebuah penelitian tentunya terdapat beberapa kekurangan dan keterbatasan, termasuk pada penelitian ini. Berikut adalah beberapa keterbatasan dalam penelitian ini :

1. Banyaknya responden yang menolak meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner.
2. Adanya kesulitan dalam menentukan responden, karena penelitian ini mencari yang sudah menggunakan kartu kredit dalam berbelanja di hypermart royal plaza Surabaya.
3. Lamanya memperoleh data dalam menyebarkan kuesioner untuk mendapatkan responden.

5.3. Saran

Berdasarkan pembahasan dan simpulan hasil penelitian maka dapat dikembangkan beberapa saran atau masukan bagi pihak – pihak yang berkepentingan dalam penelitian ini. Adapun saran – saran yang dapat dikemukakan adalah sebagai berikut :

1. Bagi perusahaan
 - a. Diharapkan dapat memperhatikan variabel-variabel Faktor Budaya, Faktor Sosial, Faktor Pribadi, Faktor Psikologis karena pada penelitian ini baik secara simultan maupun parsial berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian Dengan kartu kredit di Supermarket. XXX Surabaya.

- b. Diharapkan Supermarket. XXX Surabaya dapat melakukan kerja sama dengan beberapa bank selaku pihak yang mengeluarkan kartu kredit karena berdasarkan jawaban responden dapat diketahui bahwa responden mendapatkan kemudahan (lebih praktis) dan dengan menggunakan kartu kredit, responden dapat melakukan pembayaran tagihan sesuai tanggal jatuh tempo.
- c. Diharapkan Supermarket. XXX Surabaya dapat memberikan diskon khusus untuk para pemegang kartu kredit karena sesuai dengan perkembangan teknologi, maka akan semakin banyak orang yang menggunakan kartu kredit. Dengan adanya diskon khusus tersebut, akan menarik pemegang kartu kredit untuk berbelanja di Supermarket. XXX Surabaya.
2. Bagi peneliti selanjutnya
- Diharapkan hasil penelitian ini dapat dipakai sebagai acuan bagi peneliti selanjutnya untuk mengembangkan penelitian ini dengan mempertimbangkan untuk menambah variabel-variabel lain. Selain itu, juga perlu memperhatikan kriteria responden yang sesuai dan mempermudah dalam pencarian responden sehingga diharapkan akan dapat memberikan hasil penelitian yang lebih akurat.

DAFTAR RUJUKAN

- Al-Azzam, Abdel Fattah Mahmoud. 2014. Evaluating Effect Of Social Factors Affecting Consumer Behavior In Purchasing Home Furnishing Products In Jordan. Faculty of Economics and Administrative Sciences, Zarqa University, Jordan. *British Journal of Marketing Studies* Vol.2,No.7, pp. 80-94, November 2014
- Anto Dajan, 2000. *Pengantar Metode Statistik*, Jilid I, II, LP3ES, Jakarta.
- Azwar S. 2012. *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Basu Swastha, dan Hani Handoko. 2001. *Manajemen Pemasaran-Analisis Perilaku Konsumen*. Yogyakarta : BPFE
- Buchari Alma. 2004. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Cetakan Kelima. Edisi Revisi. Bandung : Alfabeta.
- Depkes RI. 2009. Sistem Kesehatan Nasional. Jakarta ; diakses tanggal 19 Mei 2017. repository.usu.ac.id/bitstream/123456789/28147/2/Reference.pdf
- Dwi Priyatno. 2009. *5 Jam Belajar Olah Data SPSS 17*. Yogyakarta: Andi
- Engel, James F., Roger D. Blackwell, Paul W. Miniard. 2001. *Perilaku Konsumen*. Terjemahan F.X. Budianto. Jakarta : Binarupa Aksara
- Faisal Bakrie, 2012. Sukses Melunasi Kartu Kredit Tanpa Modal Ikut Seminar Jutaan Rupiah Malah Dapat Duit. Bekasi Setinggi Langit
- Husein Umar, 2005, *Riset Pemasaran Dan Perilaku Konsumen*, Jakarta, PT. Gramedia Pustaka Utama
- Imam Ghozali, 2011. *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program IBM SPSS*. 19. Edisi 5, Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- , 2013. *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program IBM SPSS*. 21. Edisi 7, Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Imam Prayogo. S dan Djoko Prakoso. 1991. *Surat Berharga alat pembayaran dalam masyarakat modern*. Jakarta : PT. Rineka Cipta.
- Jogiyanto, 2011. *Metodologi Penelitian Bisnis*, Yogyakarta : BPFE-Yogyakarta
- John C. Mowen, Michel Minor, Alih Bahasa; Lina Salim (2002). *Prilaku Konsumen*, Edisi Kelima, Penerbit Erlangga. Jakarta.

- Kotler, Philip dan Gary Amstrong, 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Edisi 12. Jakarta: Erlangga.
- Lamb, Hair, McDaniel. (2001). *Pemasaran. Buku -1*. PT. Salemba Emban Raya, Jakarta.
- Margono. 2004. *Metodologi Penelitian Pendidikan*. Jakarta: Rineka Cipta
- Mowen John. Michael Minor. 2002. *Perilaku Konsumen*. Jakarta : Erlangga
- Mudrajad Kuncoro.2009. *Metode Riset Untuk Bisnis & Ekonomi*. Penerbit Erlangga. Jakarta.
- Notoadmodjo Soekidjo. 2010. *Metodologi Penelitian Kesehatan*. Jakarta : Rineka Cipta.
- Peraturan Bank Indonesia Nomor 7/52/PBI/2005 Tentang Penyelenggaraan Kegiatan Alat Pembayaran Dengan Menggunakan Kartu Kredit
- Puguh Suharso. 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif Untuk Bisnis: Pendekatan Filosofi Dan Praktis*, Cetakan Pertama, Jakarta: Penerbit Pt Indeks.
- Rahayu Hussina, Siti et al. 2013. Credit Card Holders in Malaysia: Customer Characteristics and Credit Card Usage. Universiti Putra Malaysia International Islamic. Malaysia. *Int. Journal of Economics and Management* 7(1): 108 – 122 (2013)
- Schiffman, Kanuk. 2007. *Perilaku Konsumen* (edisi 7). Jakarta : Prentice Hall
- Sedarmayanti Dan Hidayat, Syarifudin. 2011. *Metodologi Penelitian*. Bandung : Mandar Maju
- Shara Noor W. dan Hertiana Ikasari. (2014). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Konsumen Dalam Pengambilan Keputusan Pembelian Sayuran Di Pasar Tradisional Di Kota Semarang. Fakultas Ekonomi & Bisnis. <http://eprints.dinus.ac.id/8818/> diakses 07/03/17
- Singgih Santoso. 2002. *SPSS Versi 11.5*. Cetakan Kedua Jakarta: Gramedia
- Stice & Skousen. 2007. *Metodologi Bisnis*. Jakarta :Salemba Empat
- Sugiyono. 2004. *Metode Penelitian Bisnis*: Penerbit CV.Alfabeta Bandung
- , 2005. *Metode Penelitian Administrasi*. Bandung: Alfabeta
- , 2008. *Statistika Untuk Penelitian*, Bandung: Alfabeta.

-----, 2015. *Metode Penelitian Pendidikan* (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D). CV. Alfabeta, Bandung

Suliyanto. 2006. *Metode Riset Bisnis*. Yogyakarta : Andi Offset

Swastha dan Hani Handoko 2011. *Manajemen Pemasaran* (Edisi 2). Yogyakarta : BPFE-Yogyakarta.

Widiyono dan Mukhaer Pakkanna. 2013. *Pengantar Bisnis : Respon terhadap Dinamika Global*. Mitra Wacana Media. Jakarta.

Zeithaml A.Valerie dan mary Jo Bitner. 2000. *Services Integrating Customer Focus Across The Firm*, 2nd edition. Irwin McGraw-Hill

