

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1 Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel independen dengan indikator motivasi, persepsi, pembelajaran dan keyakinan terhadap keputusan pembelian konsumen yang bertolak dari teori Philip Kotler.

Sehubungan dengan analisis diatas, dan dikaitkan dengan hipotesis yang telah dikemukakan yang menyatakan faktor psikologi konsumen berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Sesuai hasil analisis dapat diterima dengan nilai  $\hat{Y} = 2,244 + 0,260X_1 + 0,180X_2 + 0,345X_3 + 0,623X_4$  dengan melalui pembuktian uji analisis regresi berganda yang dapat dilihat dalam lampiran.

## 5.2 Saran

1. Berdasarkan hasil analisis dan simpulan diatas yakni pengaruh koefisien determinasi sebesar 57,6% yang dapat diberlakukan untuk semua koefisien sehingga masih ada 42,4% yang dipengaruhi oleh aspek lain berupa kontribusi dari faktor-faktor lainyang tidak diteliti seperti promosi, iklim, budaya, kualitas pelayanan, *Point Of Purchase* dan lain-lain. Dengan demikian aspek lain yang dimaksud adalah dengan memperhatikan hasil angket sebanyak 100 responden.
2. Kiranya PT. Hasjrat Abadi dapat memperhatikan faktor-faktor lain yang cukup mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.

### **Daftar Pustaka**

Alma, Buchari 2009. "Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa". Bandung. Alfabeta

Budijanto, 1995, "Perilaku Konsumen", Binarupa Aksara

Fredereca dan Chairy. " Pengaruh psikologi konsumen terhadap keputusan pembelian kembali Smartphone blackberry". *Jurnal Manajemen Teori dan Terapan* | Tahun 3, No. 2, Agustus 2010 |

Ghozali, Imam. 2001. *Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang. Badan Penerbit Universitas Diponegoro

[http://www.zoeldhan-infomanajemen.com/2013/02/tahapan-proses\\_pengambilan\\_keputusan.html](http://www.zoeldhan-infomanajemen.com/2013/02/tahapan-proses_pengambilan_keputusan.html)

<http://dhino-ambargo.blogspot.com/2013/05/definisi-dan-dasar-pengambilan-keputusan.html>

<http://cybercloning.blogspot.com/2014/04/pengaruh-persepsi-konsumen-terhadap.html>

<http://adipsi.blogspot.com/2013/06/pengambilan-keputusan.html>

Ihalauw, John dan Ristiyanti, 2005. *Perilaku Konsumen*, Andi, Yogyakarta

Irham, Fahmi. 2011. "Manajemen Pengambilan Keputusan Teori dan Aplikasi". Bandung, Alfabeta

Kotler, Philip, 2004. "Manajemen Pemasaran" edisi milenium 1. Alih Bahasa: Hendra Teguh, dkk. Jakarta. Prehallindo

Kotler dan Armstrong 2008. "Prinsip-Prinsip Pemasaran" edisi 12, Jilid 1. Jakarta. Erlangga

Kotler dan Keller 2009. "Manajemen Pemasaran". Indonesia. PT Indeks

Kotler dan Keller 2009. "*Manajemen Pemasaran, edisis 13.*"

Jakarta.Erlangga

Latief Wasis."*Analisis Faktor Psikologis Konsumen Dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian*".*Jurnal Administrasi Indonesia,Vol 1 No 1 April 2011*

Mangkunegara, A.P. 2009. *Perilaku Konsumen*. Edisi Revisi. Cetakan Keempat. PT. Refika Aditama. Bandung.

Mowen. H. 2002. *Perilaku Konsumen*. Jilid I. Yogyakarta: Penerbit. Andi.

Nur,Asnawi,2011."*Manajemen Pemasaran*".UIN-Maliki Press,Malang

Peter dan Olson. 2000. "*Consumer Behavior*". Jakarta. Erlangga

Sugiyono,2011. "*Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*".  
cetakan

ke-13 Bandung. Alfabeta

Sumarni dan Wahyuni. 2006. "*Metodologi Penelitian Bisnis*." Yogyakarta.  
Andi Offset

Swastha,Basu & Irawan. 2008. *Menejemen Pemasaran Modern*. Cetakan  
Ketujuh.Yogyakarta.LIBERTY

Veterinawati, D. 2011. *Skripsi.*" *Pengaruh Faktor Sosial, Pribadi dan Psikologis terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian BlackBerry di Surabaya*". Universitas Negeri Surabaya